



Nos apasiona crear experiencias sensoriales placenteras. Y queremos que disfrute de nuestros productos porque creemos que marcan una diferencia: por la forma en que se fabrican y para las personas que los utilizan.

Esto ha modificado el modo en que nos abastecemos, producimos y vendemos nuestros sabores y fragancias. Por ejemplo, estamos colaborando con nuestros proveedores para garantizar la aplicación de las mejores prácticas de responsabilidad social. Estamos reduciendo el uso de agua y de energía en nuestras operaciones. Y nuestro liderazgo en investigación científica se traduce en un beneficio para nuestros clientes con productos que utilizan menos recursos y disminuyen su impacto ambiental. Todo esto nos permite crear productos más deseables y confiables para los consumidores .

Hemos llegado muy lejos en nuestro viaje. Pero el futuro trae nuevos retos que estamos preparados para afrontar. Estamos haciendo un gran esfuerzo para satisfacer las necesidades de una población creciente, descubrir formas innovadoras de proporcionar una amplia gama de sabores y fragancias y reducir significativamente el impacto medioambiental de los materiales que fabricamos.

Los desafíos complejos exigen un enfoque holístico. Por eso, trabajamos con nuestros empleados, clientes, proveedores, las personas que viven en las comunidades en las que estamos presentes, y muchas otras partes interesadas en todo el mundo. Porque sabemos que solo colaborando podremos marcar la diferencia.

Nuestro abastecimiento

Cultivando un futuro floreciente para el pachuli

Los ingredientes naturales de perfumería se ven afectados por todo tipo de influencias externas; desde la actividad geoeconómica inestable hasta los fenómenos climáticos extremos.

Algunas materias primas solo se utilizan en el sector de fragancias, asegurando la correcta administración de estos valiosos ingredientes, podemos garantizar el futuro de esos cultivos esenciales y ofrecer un medio de vida más estable a los agricultores que se ocupan de ellos.

En Indonesia y Malasia, nuestro equipo de Origenación introdujo dos nuevos modelos de aprovisionamiento de pachuli que se modificaron en 2014. El primero es una Red de Recolección en la isla indonesia de Sulawesi, que posibilita la colaboración de Givaudan con los productores locales para supervisar las compras de aceite de pachuli en su origen. También iniciamos una Asociación agrícola a largo plazo con GaiaOne y Gaya Naturals en Malasia.

El pachuli es uno de nuestros ingredientes más utilizados y un 80% del volumen global se origina en Indonesia. Estar cerca de su fuente nos permite mejorar la inteligencia de mercado y adelantarnos a cualquier posible problema de abastecimiento. Nos da la posibilidad de gestionar la totalidad del proceso en beneficio de nuestros clientes, de nosotros mismos y de los productores de aceite de pachuli.



Aceite de palma: la solución sostenible está en nuestras manos

El abastecimiento responsable de aceite de palma es una cuestión de máxima importancia para Givaudan y, en 2014, hubo mejoras en diversos frentes.

Dado que el uso del aceite de palma va en aumento, es necesario entender bien los efectos de la obtención de esta materia prima. Actualmente se demanda un aceite de palma trazable y que no conlleve deforestación, proveniente de un cultivo y recolección responsable, no destructivo.

Nuestros productos contienen una cantidad pequeña de palma y, en su mayor parte, son derivados de esta planta. Para garantizar nuestro aprovisionamiento de palma sostenible, Givaudan colabora activamente como miembro de las principales asociaciones del mundo por el aceite de palma sostenible.

Nuestro compromiso es apoyar un enfoque de trazabilidad y transparencia de las cadenas de suministro, en el que todos trabajemos por un objetivo común: contribuir a detener la deforestación y avanzar hacia una mayor trazabilidad.

Givaudan obtiene el 100% de sus ingredientes derivados de aceite de palma de fuentes certificadas. Durante 2014, en Europa, un 95% de los aceites de palma (palmiste), grasa y sus derivados, empleados por nuestra División de Sabores, obtuvieron la certificación de Balance de Materia. En los demás ingredientes seguimos aplicando el programa GreenPalm de Book&Claim. Nuestro objetivo en 2015 es poder confirmar a nuestros clientes que todas las cadenas de suministro de sabores de Givaudan en Europa están totalmente certificadas.

Nuestra innovación

Elecciones más saludables, llenas de posibilidades

Salud y Bienestar es uno de los pilares clave de la estrategia corporativa de Givaudan, y la base de nuestros esfuerzos de sostenibilidad.

En 2014, Givaudan lanzó TasteSolutions® Richness, que avanza un paso más en la búsqueda del "santo grial" del sabor en alimentos procesados, listos para tomar; es decir, la recreación de sensaciones de sabor ricas, auténticas y "hechas en casa".

En línea con nuestra gama TasteSolutions®, que ayuda a reducir la necesidad de sal, azúcar, grasas y MSG, TasteSolutions® Richness puede abordar la cuestión de la sostenibilidad relacionada con el sector cárnico y de ganadería al reducir la dependencia de polvos y extractos cárnicos de los fabricantes.

En 2014 repetimos con éxito un programa de seminarios en Latinoamérica. El Simposio Salud y Bienestar de Givaudan de 2014 se celebró en México, Brasil, Argentina y Colombia.

En el Reino Unido, la división de Sabores celebró en Londres su primer Día de Salud y Bienestar de EAME. Al evento asistió un buen número de nuestros principales clientes, complacidos de poder profundizar en sus conocimientos sobre cuestiones pertinentes a este tema. El día aportó a Givaudan ideas valiosas sobre los problemas de nuestros clientes y sus expectativas en cuanto a tendencias actuales de salud y bienestar.



Biociencia: una ruta natural hacia el futuro

La investigación de ingredientes cosméticos activos basada en la biociencia contribuye a crear modos nuevos y más ecológicos de producir materiales muy demandados en cosmética y fragancias.

La empresa francesa Soliance, adquirida por Givaudan en 2014, es pionera en el uso de biociencia para productos cosméticos de última generación. Aprovechando las vías biotecnológicas, Soliance produce ingredientes naturales de origen 100% vegetal, al tiempo que aplica un enfoque más favorable desde el punto de vista ecológico.

El *know how* de Soliance se basa en tres tecnologías fundamentales: "blanco", "verde" y "azul", tres técnicas biocientíficas que recurren a la fermentación ("blanco"), los extractos de plantas ("verde") y la vida marina, como las microalgas ("azul"). Además, La empresa desarrolla dos productos estrella: la dihidroxiacetona (DHA), en las lociones de autobronceado, cada vez más utilizadas, y el ácido hialurónico (HA), que contiene potentes propiedades antiedad. Soliance desarrolla estos ingredientes específicos mediante sus procesos de fermentación "verde" y "blanco". Reuniendo las técnicas biocientíficas de

primer nivel de Soliance con los beneficios medioambientales, Givaudan puede prestar un mejor servicio a sus clientes globales de cosmética.

Otro de los logros de biociencia en 2014 incluyó el desarrollo de Akigalawood®, un ingrediente de fragancias que aplica un proceso enzimático para transformar materias primas en un nuevo compuesto de perfumes natural y cautivo. Posee un perfil similar al del pachuli, combinado con las características vigorosas y especiadas de la pimienta y las propiedades nobles de la madera de agar, y se ha comercializado recientemente en una fragancia para hombres líder en Brasil. Akigalawood®, producido con un enfoque ecológico y favorable al medio ambiente, constituye una interesante adición a nuestra oferta de perfumes.



*Progreso 2014 respecto a 2009

Nuestra producción

Haciendo más para impactar menos

Nuestras operaciones abarcan 88 centros, que incluyen 32 plantas productivas y, aproximadamente, 50 complejos de oficinas, con un enfoque de trabajo interno.

Continuamos avanzando para conseguir nuestros objetivos 2020 de eficiencia ecológica basados en la intensidad.

Nuestras asociaciones

AIM-PROGRESS: colaboración, cumplimiento y mejora continua

Como parte de nuestro programa de sostenibilidad, Givaudan se acerca a sus clientes y consumidores, para comprender mejor los desafíos a los que se enfrentan. El diálogo dentro de AIM-PROGRESS nos ayuda a abordar cuestiones clave mediante procesos de estructuración de nuestra cadena de suministro.

En marzo de 2014, Givaudan copatrocinó junto con Nestlé y Bacardí el evento AIM-PROGRESS sobre aprovisionamiento responsable. La celebración dio a los proveedores la oportunidad de hablar de algunos de los problemas que encuentran en sus cadenas de suministro, como los sistemas de gestión, la seguridad contra incendios, la trazabilidad o la discriminación. Los proveedores recibieron sugerencias sobre soluciones y herramientas desarrolladas o identificadas por la organización y sus socios.

AIM-PROGRESS es un marco global para compañías multinacionales, generalmente empresas de productos de consumo que cambian con mucha rapidez, que han unido sus fuerzas en pro del abastecimiento sostenible.

Nuestro rendimiento

Nuestra estrategia de sostenibilidad está basada en indicadores (KPIs) mesurables y cuantificables que nos permiten medir nuestro rendimiento año con año.



Aprovisionamiento

Nuestra visión - Obtenemos nuestras materias primas protegiendo el medio ambiente, estimulando el desarrollo y el bienestar de las comunidades y fomentando el uso eficiente de los recursos valiosos.

Lo que dijimos

Comunicar a todos los proveedores las necesidades de aprovisionamiento relacionadas con la responsabilidad social.

Llevar a cabo auditorías con 200 de nuestros 400 principales proveedores para 2015; lograr la incorporación de 200 de nuestros 400 principales proveedores en el programa Sedex para 2015.

Identificar y desarrollar iniciativas de abastecimiento ético adicionales.

Desarrollar proyectos de certificación de terceros para materias primas.

Construir 14 escuelas en Madagascar para 2014.

Otros logros claves

Lo que hicimos

El documento de Expectativas de Proveedores fue revisado para reflejar los riesgos de la cadena de suministro, como el tráfico de seres humanos, el blanqueo de dinero o la corrupción. La versión actualizada del documento se comunicó a todos los proveedores en 2014.

Se auditó a un total de 144 proveedores. En total, 293 proveedores, tanto de materiales como de servicios, está ya registrados en Sedex.

Miembros del equipo especializado en Origenación se han establecido en países de origen para implantar redes de recolección y obtener ingredientes de fuentes naturales directamente de los productores.

Seguimos apoyando localmente a una cooperativa de tres pueblos y una destilería en Haití para el cultivo y la destilación de vetiver con certificación ESR.

Hasta la fecha, hemos participado en la construcción o reparación y mantenimiento de 16 escuelas en Madagascar.

La participación de Givaudan en la asociación AIM-PROGRESS siguió evolucionando en 2014. Nos convertimos en miembro en 2012, pasamos a la categoría de líder del flujo de trabajo para la capacitación de proveedores en 2013 y, en enero de 2014, fuimos nombrados miembro del Equipo de Liderazgo.

Continuamos el aprovisionamiento de aceite de palma y derivados sostenibles.

Empleados



Nuestra visión - Atraemos, desarrollamos y conservamos talentosos y creativos profesionales, apasionados y orgullosos de su trabajo dentro de la empresa y listos para contribuir a una sociedad sostenible.

Lo que dijimos

Desarrollo del marco de liderazgo de Givaudan con la implementación de los dos primeros programas a finales de 2014.

Inversión en red y colaboración de Equipos Verdes (Green Teams).

Los puestos de alta dirección representarán fielmente la fuerza laboral general de Givaudan

Reducir la tasa de lesiones con tiempo perdido (LTI) a menos del 0,1 para 2020

Incluir a toda la población en debates sobre rendimiento anual y desarrollo para finales del 2016

Incluir a toda la población en debates sobre rendimiento anual y desarrollo para finales del 2016

Lo que hicimos

En 2014 lanzamos el programa *Leadership Senses*, dirigido al desarrollo de nuestros empleados desde puestos de dirección iniciales hasta miembros de nuestra comunidad ejecutiva.

Se realizaron foros regionales de Green Teams en EAME y NOAM, con la participación de líderes de Equipos Verdes y responsables de negocio sénior. Estos foros constituyen una eficiente plataforma de intercambio.

El porcentaje de mujeres empleadas en puestos de alto liderazgo de Givaudan aumentó al 20,4% en 2014, mejorando respecto al año anterior.

Nuestra tasa de lesiones con tiempo perdido se redujo un 65% respecto a 2009.

Más de la mitad de nuestros empleados estableció sus planes de rendimiento y desarrollo en nuestra plataforma Engage.

Continuamos trabajando en nuestros numerosos compromisos benéficos en todo el mundo.

Otros logros claves

El lanzamiento de la nueva marca a los empleados se realizó con éxito mediante sesiones informativas en todos los centros.

En 2014 establecimos nuestra nueva definición de Propuesta de Valor de Empleador (EVP), que se encuentra en proceso de despliegue a empleados actuales y potenciales.

Innovación y desarrollo



Nuestra visión - Givaudan es líder en la creación de sabores y fragancias preferidas por los consumidores, diseñadas y desarrolladas de acuerdo con nuestros principios de sostenibilidad para satisfacer actuales y futuras necesidades.

Lo que dijimos

Cumplimiento de la división de Fragancias con los registros REACH europeos cuando se apliquen en 2018

KeratinoSens® será un estándar reconocido globalmente en pruebas in vitro para la evaluación de sensibilidad cutánea, pendiente de validación por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en 2016.

Capacitar a nuestros clientes para que desarrollen productos más saludables y sabrosos.

Otros logros claves

Lo que hicimos

Givaudan dio prioridad a los registros REACH que serán aplicables en 2018. Se está trabajando en más de 100 sustancias químicas que fabricamos o importamos en la UE. A medida que avance el programa, se incluirán sustancias adicionales.

KeratinoSens® recibió la aprobación del Centro Europeo de Validación de Alternativas (ECVAM) a los ensayos con animales en febrero de 2014 y fue propuesto como directriz global por la OCDE.

El doctor Andreas Natsch fue reconocido por su destacada contribución en I+D industrial, y se le concedió el premio de Investigador Industrial KGF-SCS de la Sociedad Suiza de Química (SCS) y el Grupo de Contacto de temas de investigación (KGF) en 2014.

La división de Sabores presentó TasteSolutions® Richness, nuestra nueva tecnología del sabor que está revolucionando el modo en que se diseñan los sabores en Savoury, además de constituir un enfoque que satisface las demandas actuales de salud y bienestar.

Adquirimos la empresa francesa Soliance, especializada en biociencia.

Desarrollamos Akigalawood®, un nuevo ingrediente de fragancias creado mediante biotecnología.

Lanzamos el ingrediente MAHONIAL™, sustituto seguro del ciclohexil.

Operaciones



Nuestra visión - Impulsamos continuamente la excelencia operativa sin poner en peligro el medio ambiente, la salud y bienestar de nuestros empleados y las comunidades donde trabajamos.

Lo que dijimos

Lo que hicimos

Progreso por tonelada de producto en comparación con el nivel inicial de 2009:

Consumo de energía: reducción del 20% por tonelada de producto para 2020

Reducción del 17,2% en consumo de energía.

Consumo de agua: reducción del 15% por tonelada de producto para 2020 (en agua municipal y subterránea)

Reducción del 11,7% en uso de agua municipal y subterránea

Emisiones de CO₂ directas e indirectas: reducción del 25% por tonelada de producto para 2020 ("emisiones indirectas" se refiere a energía comprada y no a energía utilizada por otros, es decir, por nuestros proveedores de materias primas)

Reducción del 24,6% en emisiones de CO₂ directas e indirectas

Ponderación total de residuos incinerados y desechados en vertedero: reducción del 15% por tonelada de producto para 2020

La ponderación total de nuestros residuos incinerados y desechados en vertederos se redujo en un 36,7%

Más información

En la sección Sostenibilidad de nuestro sitio web se incluirán actualizaciones de 2014 para toda la gama de actividades sostenibles. Nuestro Informe GRI de 2014, tras la auditoría independiente de Ernst & Young LLP, sigue el G4 en cuanto a estructura "Core", con registro de información sobre Givaudan, análisis de materialidad, enfoque de gestión e indicadores de rendimiento.



Consulte más avances en la sección Sostenibilidad de nuestro sitio [web](#).

Consulte nuestro [Informe GRI](#) para una declaración completa de nuestro desempeño.

Cientes y mercados



Nuestra visión - Comprometernos activamente con nuestros clientes, asegurando que nuestros productos satisfagan la demanda de salud y bienestar de las personas y contribuyan a preservar nuestro mundo. Lo hacemos animando a nuestros socios comerciales a que respalden nuestros objetivos en todo el ciclo de vida de sus productos.

Lo que dijimos

Establecer iniciativas conjuntas para seguir avanzando hacia los objetivos de sostenibilidad de Givaudan y de nuestros socios

Lo que hicimos

Givaudan ha sido un miembro activo del equipo de liderazgo de AIM-PROGRESS y ha liderado el flujo de trabajo para la capacitación de proveedores. En 2014 se realizaron seis eventos con proveedores.

Continuamos nuestra colaboración con el Círculo de Gestión de Recursos Naturales (NRSC) en iniciativas que incluyeron vetiver, ylang ylang y styrag.

Como miembro de la Alianza Francesa por el Aceite de Palma Sostenible, Givaudan firmó un compromiso de aceite de palma sostenible en la Muestra de Agricultura Internacional de París.

Givaudan recibió un premio de abastecimiento sostenible de uno de sus principales clientes.

Todas las plantas de Givaudan se ajustarán a los requisitos de SMETA

18 de nuestros 20 centros de la división de Sabores fueron auditados en cumplimiento de SMETA en 2014. Se decidió que nuestros centros de la División de Sabores cumplan la normativa SMETA.

Otros logros claves

La División de Sabores de Givaudan realizó una serie de eventos sectoriales en los que se habló y debatió sobre las nuevas tendencias de Salud y Bienestar.

Givaudan introdujo la certificación de Balance de Materia CSPO para ingredientes derivados del aceite de palma en sus centros de Sabores de Europa.

Continuamos con nuestras actividades de promoción externa en el Congreso mundial de Perfumería y en la Cumbre de Cosmética de Brasil.

Contacto

Si desea más información sobre las actividades de sostenibilidad de Givaudan contáctenos:

global.sustainability@givaudan.com

Publicado en marzo 2015

Sostenibilidad - Lo más destacado 2014



Givaudan

engage your senses

