

Givaudan[®]

ENGAGING
THE
SENSES



Para obtener más información

Esperamos que este resumen ejecutivo le haya resultado útil e informativo.

Agradecemos sus comentarios y preguntas, que puede enviar a:

Consultas generales:

julie.monnet@givaudan.com

Consultas para el Departamento de Sabores:

ingrid.janson@givaudan.com

Consultas para el Departamento de Fragancias:

linda.harman@givaudan.com

Para conocer nuestro informe de sostenibilidad, visite www.givaudan.com o escanee



Informe de sostenibilidad 2012

Resumen ejecutivo

Mensaje de la dirección general

Como líderes mundiales en el sector de las fragancias y los sabores, reinventamos continuamente el futuro. Nuestros nuevos descubrimientos respaldan los esfuerzos de nuestros clientes para mejorar la nutrición, el bienestar y la calidad de vida de los consumidores y les ayudan a satisfacer las necesidades de los consumidores actuales sin comprometer el futuro.

Nuestros logros en 2012 demuestran los progresos que hemos realizado. Actualmente, nuestro programa completo de sostenibilidad forma parte esencial de nuestra forma de trabajar. Integramos los principios de sostenibilidad en toda la cadena de valor. La relación con nuestros socios es vital para ello.

2012 no estuvo exento de retos. La incertidumbre económica mundial y la continua presión sobre el suministro de materias primas siguen afectando a nuestro negocio. Superar los retos actuales de sostenibilidad ofrece grandes oportunidades para establecer relaciones más profundas y sólidas a lo largo de toda nuestra compleja cadena de suministro, lo que nos permite obtener ventajas competitivas a largo plazo y crear valor para nuestros clientes.

Mientras continuamos avanzando hacia nuestros objetivos de sostenibilidad, vemos que siempre se pueden hacer más cosas. Nos gustaría agradecer a todos nuestros socios su compromiso con nosotros y estamos impacientes por colaborar de forma aún más estrecha con ellos en el futuro.



G. Andrier

Gilles Andrier, Director Ejecutivo



Joe Fabbri

Joe Fabbri, Director Global de Recursos Humanos, Salud, Seguridad y Medio ambiente y Presidente del Programa de Sostenibilidad de Givaudan

Acerca de Givaudan

Tenemos una cuota de mercado aproximada del 25% y esta posición de liderazgo en el sector se asienta sobre una presencia de marketing y ventas en todos los principales mercados. Tenemos operaciones en más de 100 países y sedes en más de 40 países.

Sede central:
Vernier
Suiza

33
Centros de producción

Fragancias **47%**
Sabores **53%**

81
Sedes en todo el mundo

Ventas del grupo por departamento

En desarrollo **44%**
Maduros **56%**

25%
Cuota de mercado en el sector global (aprox.)

Ventas del grupo por mercado

9.124
Equivalente a tiempo completo

Acerca de este documento

Este Resumen ejecutivo de nuestro informe de sostenibilidad se ha producido en ocho idiomas como reconocimiento de la diversidad de nuestros socios que desean conocer nuestros progresos de sostenibilidad en 2012.

La versión en inglés de nuestro informe de sostenibilidad completo, preparada de acuerdo con las directrices de sostenibilidad G3.1 de la Iniciativa de Reporte Global según el nivel B+, está disponible en formato PDF interactivo en www.givaudan.com

Nuestro programa de sostenibilidad se basa en la interacción con los socios, en nuestra cadena de valor y en las cuestiones importantes para ellos y para nosotros. Nuestro progreso se documenta en cinco secciones relacionadas con cada uno de los pilares del programa de sostenibilidad.

Materias primas

Responsabilidad en el suministro



Empleados

Pasión con propósito



Innovación y desarrollo

Creación de productos sostenibles



Operaciones

Impulsando la excelencia operativa

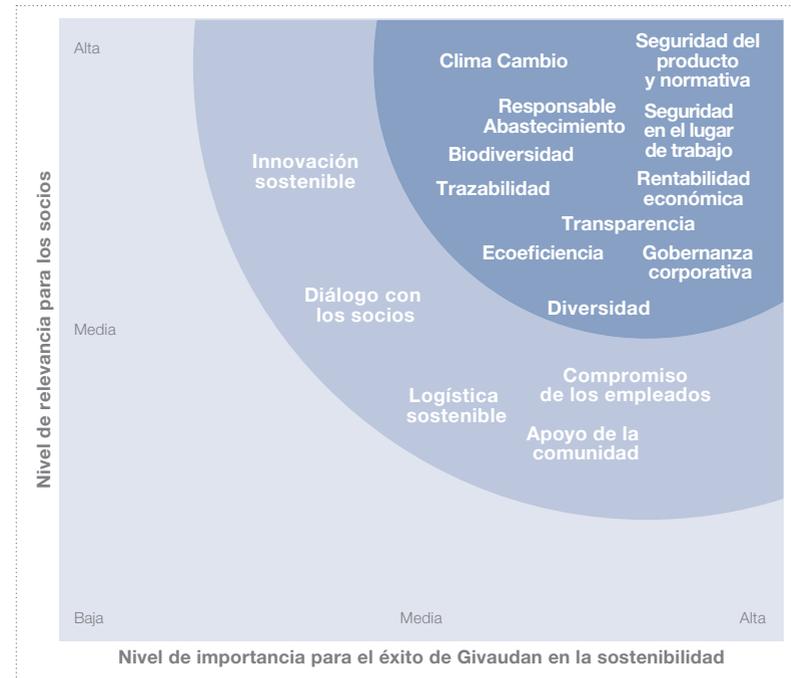


Clientes y mercados

Impacto de los productos



Acerca de nuestro programa de sostenibilidad



Análisis de riesgos y materialidad

Utilizamos nuestra matriz de materialidad de forma continua para entablar un diálogo estructurado con nuestros socios sobre cuestiones de sostenibilidad y para ayudar a priorizar las iniciativas de nuestro programa de sostenibilidad.

Conocimiento de nuestra cadena de valor

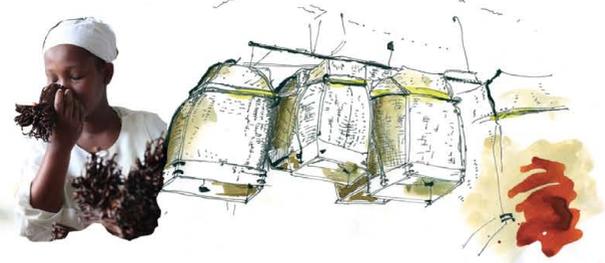
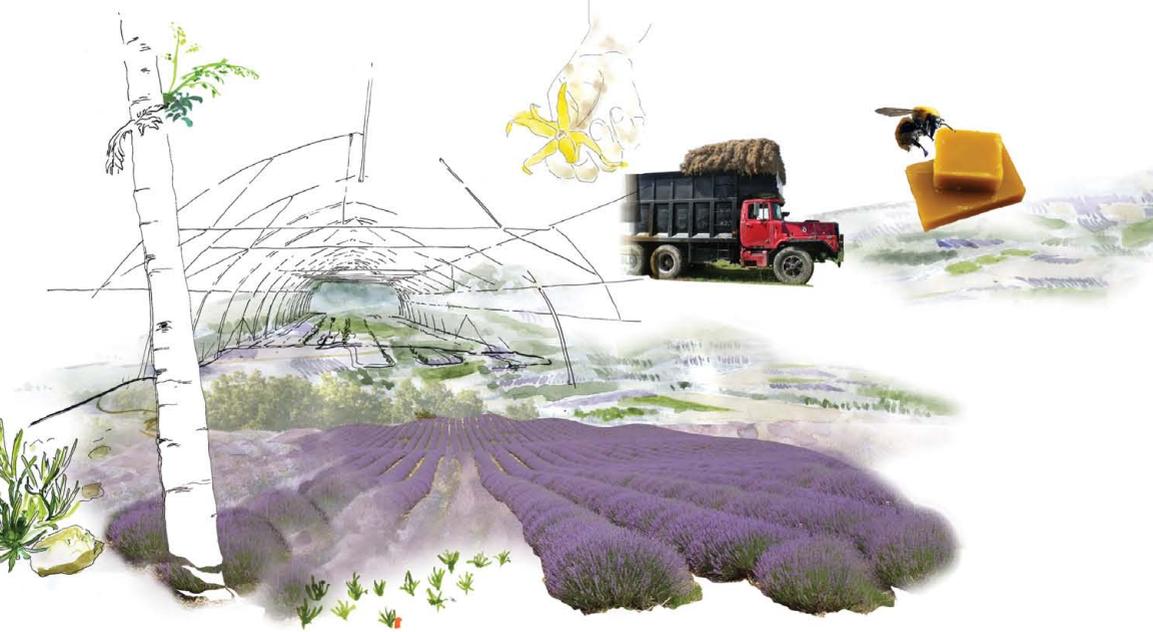
Nos proponemos identificar y reducir los efectos negativos en cada fase de nuestra cadena de valor y fomentar un cambio positivo en las comunidades locales con las que interactuamos.

Compromiso con nuestros socios en las cuestiones esenciales

Entablamos un diálogo estructurado con seis grupos de socios prioritarios en 2012: clientes, proveedores, empleados, comunidades locales, propietarios e inversores, y agencias públicas y reguladoras.

También participamos en una serie de colaboraciones estratégicas con las siguientes organizaciones para tener más conocimiento en nuestro trabajo sobre las cuestiones de sostenibilidad más relevantes:





Nuestro progreso

Materias primas

Responsabilidad en el suministro

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.

Aspectos destacados sobre rendimiento en 2012

- Se ha auditado a sesenta y tres proveedores, 106 proveedores se unen a Sedex*, de los cuales, 71 han rellenado el cuestionario de autoevaluación
- Se ha invitado a proveedores al foro I de abastecimiento responsable de AIM-PROGRESS en Singapur
- Enfoque colaborativo para proteger el suministro y la herencia de la lavanda francesa
- Se han construido once escuelas en Madagascar desde que empezó nuestro programa

* Supplier Ethical Data Exchange

Garantizar el suministro de lavanda

Hemos establecido una relación a tres niveles, entre nosotros, la cooperativa de cultivadores franceses France Lavande y la organización francesa de investigación de plantas olorosas CRIEPPAM, para generar un enfoque colaborativo en toda la cadena de suministro con el objetivo de combatir la difusión de una enfermedad bacteriana que amenaza la producción de lavanda.



Progresando con el aceite de palma

Seguimos de cerca la disponibilidad del aceite de palma trazable y sus derivados, así como la viabilidad comercial de su uso en el futuro. En 2012 usamos certificados GreenPalm para registrar el 100% de nuestro uso de aceite de palma y seguimos trabajando con nuestros proveedores para motivarlos a usar aceite de palma certificado.

Apoyo al comercio justo del aceite de vetiver

Importantes cantidades de aceite vetiver que adquirimos en Haití fueron certificadas 'Ecológicas y Comercio Justo' por la empresa certificadora independiente ECOCERT.

El programa de vainilla genera valor

Nuestro programa de abastecimiento ético de vainilla continúa garantizando un suministro sostenible y trazable de granos de vainilla de alta calidad de Madagascar mediante el apoyo a los cultivadores malgaches de vainilla. Durante 2012, financiamos la creación de tres nuevos colegios llegando a un total de once. También apoyamos proyectos de infraestructura, como la construcción de una presa y sistemas de riego, así como la instalación de ocho pozos, que suministran agua limpia a más de 5.000 habitantes.





Foto: Coco Yang de KidStrong

Nuestro progreso

Empleados

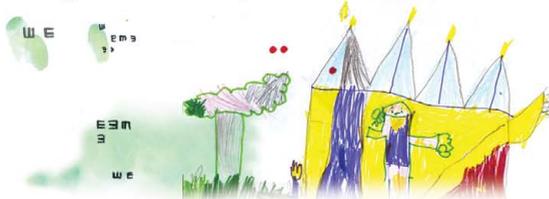
Pasión con propósito

Sin el apoyo de nuestros empleados no podríamos hacer realidad nuestra visión sobre la sostenibilidad. Queremos que nuestros empleados puedan contribuir a una sociedad cada vez más sostenible y se sientan orgullosos de sus logros.

Aspectos destacados sobre rendimiento en 2012

- SafeStart™, parte del programa 'Zero is Possible', se llevo a cabo en 14 sedes adicionales, siendo hoy 35 sedes con la formación impartida.
- Reducción de la tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIR) en un 57% frente a la referencia de 2009
- Green Teams más integrados y con más apoyo
- Lanzamiento de un enfoque para el equilibrio entre trabajo y vida personal como parte del plan de acción para la diversidad
- Apoyo continuo a las iniciativas caritativas

* Programa de comportamiento seguro de Givaudan



Recompensar el éxito del Green Team

El comité ejecutivo de Givaudan seleccionó a dos ganadores del premio Green Team en diciembre. Nuestra sede de Jaguare en Brasil, por combinar la reducción de residuos con un proyecto de generación de ingresos empresariales para mujeres de bajos ingresos; y nuestra sede de Argenteuil (Francia) por su apoyo a la semana nacional de desarrollo sostenible. Además de su trofeo, las sedes ganadoras recibirán 10.000 CHF cada una para dedicar a iniciativas relacionadas con la sostenibilidad en 2013.

Un enfoque equilibrado

Hemos publicado un informe que explica y respalda nuestro compromiso con el equilibrio entre trabajo y vida personal. Muchas sedes ya tienen en vigor una serie de actividades exitosas y variadas para apoyar esta iniciativa y nuestro objetivo es crear un entorno donde los empleados que se enfrenten a retos para equilibrar su trabajo y su vida personal se sientan cómodos tratándolo con su responsable y proponiendo una solución eficaz.

Apoyo a niños inmigrantes en Shanghái

Nuestros voluntarios participan en dos programas de KidStrong gestionados por Roots and Shoots, una ONG local. Un programa se centra en la nutrición y el otro en la salud ocular. Algunos de nuestros expertos se han prestado voluntarios para enseñar acerca de la nutrición, mientras que en otro colegio nuestros voluntarios impartieron una clase sobre protección ocular. También ofrecemos financiación para que los niños reciban proteínas adicionales, además de revisiones oculares y gafas.

Cuenta atrás hasta cero

Seguimos haciendo grandes progresos para conseguir nuestro objetivo de seguridad en 2020 de menos de una lesión con tiempo perdido (LTI) por cada 1.000 empleados y un objetivo final de cero LTI*. En 2012, nuestro rendimiento mejoró un 57% frente a nuestra referencia de 2009 y actualmente vamos un año por delante en relación con el plan.

* LTI de acuerdo con la definición de la Administración de salud y seguridad laboral oficial



Nuestro progreso

Innovación y desarrollo

Creación de productos sostenibles

Con un objetivo a largo plazo de que el 100% de nuestros productos nuevos tengan un diseño sostenible, nuestros equipos de innovación y desarrollo han seguido trabajando para encontrar soluciones, nuevas tecnologías y mejoras de procesos en 2012.

Aspectos destacados sobre rendimiento en 2012

- División de fragancias totalmente compatible con REACH. En camino para alcanzar nuestros registros de 2013
- En curso de superar nuestra previsión de 100 millones de CHF de crecimiento de ventas incremental para productos de salud y bienestar antes de 2013
- Finalización de la evaluación de biodegradabilidad de todos nuestros ingredientes de perfumería
- KeratinoSens™ (método in vitro de pruebas para sensibilización cutánea) en revisión para convertirse en el estándar del sector
- Desarrollo de un nuevo motor de conformidad normativa global basado en SAP



Alternativas dulces al azúcar

Para ayudar a nuestros clientes a reducir el azúcar en sus productos, hemos descubierto y comercializado una serie de herramientas para mejorar el sabor de los endulzantes naturales, desarrollando productos con un sabor más parecido al azúcar. Nuestras investigaciones sobre el sentido del gusto han demostrado que hay una compleja serie de notas adicionales relacionadas con los endulzantes naturales que no se limitan únicamente al amargor. Nuestras nuevas herramientas de enmascarado permiten abordar estas cuestiones.

Adoptamos la química ecológica

Las técnicas de química ecológica ayudan a evitar la contaminación a nivel molecular optimizando el uso de energía, materiales y agua en el proceso de diseño y fabricación. Hemos aplicado activamente los principios de química verde en toda nuestra empresa en 2012. En general, estas actividades nos orientarán y dirigirán hacia nuestras aspiraciones definitivas de procesos más ecológicos, reducción de las emisiones y una mejor posición de sostenibilidad.

Ampliar nuestras capacidades in vitro

Nuestra prueba de sensibilización cutánea in vitro KeratinoSens™ está por convertirse en un estándar del sector. Entre tanto, hemos ampliado nuestras capacidades in vitro para incluir métodos para evaluar la posible bioacumulación de materiales de fragancias en el pescado. Esto ha sido propuesto como alternativa a los estudios de bioconcentración en el pescado, que requieren el uso de un gran número de animales.

Biodegradabilidad de materiales de perfumería

Durante 2012, se realizaron 86 nuevas pruebas de biodegradación en nuestro laboratorio ecotoxicológico de Vernier (Suiza) para ampliar nuestro conocimiento de la biodegradabilidad de los materiales de las fragancias y en apoyo de nuestro programa de nuevas moléculas y registros REACH 2013. Ahora hemos completado la prueba de biodegradabilidad de todos nuestros ingredientes de perfumería, incluidos los materiales naturales, y tenemos en vigor un programa sobre aquellos ingredientes que necesiten más evaluaciones.





Nuestro progreso

Operaciones

Impulsando la excelencia operativa

Impulsar la excelencia operativa está en el corazón de nuestro negocio. Estamos convencidos de que es nuestra responsabilidad producir sabores y fragancias sin poner en peligro el medio ambiente, la salud y el bienestar de nuestros empleados y las comunidades donde trabajamos.

Aspectos destacados sobre rendimiento en 2012

Por tonelada de producto frente a la referencia de 2009:

- Reducción del 11,5% del consumo energético
- Reducción del 9,6% del consumo de agua subterránea y municipal
- Reducción del 16,6% en las emisiones de CO₂ directas e indirectas
- Reducción del 13,1% del peso total de los residuos incinerados y desechados en vertedero



Uso de energía y emisiones de CO₂

En comparación con 2011, nuestras sedes de fabricación operativas redujeron el consumo absoluto de energía, obteniendo una mejora del 11,5% en la eficiencia energética por tonelada de producción frente a nuestra referencia de 2009. Las emisiones de CO₂ por tonelada se redujeron en un 16,6% frente a la referencia de 2009, lo que ha permitido una reducción absoluta de las emisiones de CO₂ de un 1,5% en el periodo 2009-2012.



Generación y desecho de residuos

Por primera vez desde que establecimos un objetivo de mejora del 15% antes de 2020, hemos reducido la cantidad de residuos incinerados y desechados en vertedero, por tonelada producida. Los indicadores mostraron una reducción del 13,1% frente a la referencia. Hemos aumentado la proporción de residuos reciclados en más del 10% entre todos los residuos generados desde 2009, pasando del 42,9% al 53,5%.

Consumo de agua

Frente a nuestra referencia de 2009, la eficiencia del consumo de agua municipal y subterránea ha mejorado un 9,6% en comparación con nuestro objetivo de 2020 del 15%. En 2012 se redujo notablemente nuestro consumo de agua refrigerante en una de nuestras sedes de fabricación después de transferir la producción a unas instalaciones mejor equipadas. Como resultado, nuestro consumo total de agua se redujo notablemente en 2012, en más de un 19% en comparación con el año anterior.

Huella de carbono de las actividades conexas

De acuerdo con el protocolo de gases de efecto invernadero, hemos identificado las tres principales actividades que más contribuyen a las emisiones. Hemos recolectado datos y desarrollado un programa basado en la monitorización de transporte, embalaje, desplazamientos de los empleados y viajes de negocios.

Actividad	Emisiones de CO ₂ (toneladas métricas)
Transporte de productos	44.000
Embalaje de producto terminado	50.500
Viajes de negocios en avión	14.700
Empleados que se desplazan	12.000



Nuestro progreso

Clientes y mercados

Impacto de los productos

La asociación con nuestros clientes nos permitió ampliar el desarrollo interno y externo y tomar medidas conjuntas para alcanzar nuestros retos de sostenibilidad compartidos en todo el ciclo de vida de los productos.

Aspectos destacados sobre rendimiento en 2012

- Ampliación del patrocinio del premio Eco Beauty de Cosmetic Executive Women (CEW) en el Reino Unido
- Coorganización de una conferencia de abastecimiento responsable AIM-Progress
- Todos los centros de producción de Givaudan están ahora en Sedex



Éxito de premios éticos

La empresa de cosméticos Lush inició un programa de premios en conjunto con la revista Ethical Consumer. Los premios, diseñados para avanzar la fecha en la que los ingredientes para productos cosméticos y domésticos dejen de probarse en animales, atrajeron a más de 30 participantes de 15 países. Fuimos preseleccionados para el premio de ciencia por nuestra labor en el desarrollo de la prueba de sensibilización cutánea KeratinoSens™.

Compartimos las mejores prácticas de abastecimiento responsable

Hemos coorganizado una conferencia de abastecimiento responsable con AIM-PROGRESS para promover normas de abastecimiento responsable. Unos 100 representantes de proveedores de alimentos, bebidas y fragancias como también fabricantes de productos de gran consumo asistieron a la conferencia. Balaji Padmanabhan, nuestro orador principal y director de operaciones de APAC, habló junto a las principales figuras del sector alimentario.



Hablando del sentido del gusto

Hemos lanzado nuestro último lenguaje global de sabores, SenseIt™ Mouthfeel, para ayudar a los clientes que desean reducir la grasa en sus productos. Esta herramienta exclusiva, que atraviesa las barreras culturales e idiomáticas, permite una conexión eficaz entre el deseo del cliente, la calidad del producto y las creaciones de los especialistas en sabores.

Conocer las culturas culinarias

Conocer las culturas culinarias locales también nos ayuda a ofrecer los sabores exóticos, tradicionales y locales que desean los clientes. “Las personas desean alimentos con un sabor auténtico, lo que significa conocer profundamente las preferencias locales.”

Nuestros especialistas en sabores probaron distintas variedades de diferentes platos y obtuvieron más conocimientos científicos sobre el proceso y las reacciones que tienen lugar en la creación de los alimentos. Este conocimiento puede traducirse en sabores atractivos que ayudan a los fabricantes a ofrecer productos saludables con un sabor estupendo.