

Givaudan[®]

ENGAGING
THE
SENSES



Sostenibilidad - Lo más destacado 2013

↓ Nuestro enfoque hacia la sostenibilidad

En Givaudan, con el deseo de responder satisfactoriamente a las necesidades de nuestros clientes sin olvidar el éxito comercial, nos marcamos numerosos objetivos. Al hacerlo, tratamos de desarrollar un negocio que proteja el medio ambiente, se provea de materias primas de forma responsable y sostenible, utilice eficientemente los materiales y la energía, cree un entorno seguro para nuestros empleados y contribuya a mejorar las condiciones económicas y sociales de las comunidades en las que operamos. Mediante productos innovadores que conjugan satisfactoriamente la sostenibilidad y el rendimiento, nos proponemos aumentar nuestra competitividad, al tiempo que aplicamos un modelo de negocio sostenible.



Preguntas complejas y respuestas fascinantes

Crear productos que los clientes utilizan a diario no significa que pensemos o funcionemos solo de un día para otro. Givaudan tiene planes ambiciosos para garantizar que podamos crear valor para nuestros clientes, proveedores y otros grupos de interés esenciales en un futuro a largo plazo. Y ese valor incluye un enfoque escrupuloso que contribuya a preservar el planeta. A medida que las economías del mundo se abren, aspiramos a llegar todavía a más consumidores, sobre todo en los mercados emergentes.

Hacer más utilizando menos

Esta aspiración suscita algunas preguntas interesantes. Todos compartimos un mismo planeta, de modo que ¿cómo podemos fabricar más productos utilizando menos energía y recursos naturales? ¿Los ingredientes naturales son siempre mejores? Y, a medida que las cadenas de suministro se vuelven más complejas, ¿cómo podemos ayudar a clientes y consumidores a elegir productos más sostenibles?

Encontrar socios para marcar la diferencia

Las respuestas a estas preguntas distan de ser siempre sencillas. Estamos trabajando para atajar los problemas con decisión. Somos conscientes de que las operaciones directas representan una parte pequeña, pero importante, de nuestro impacto total. Por ello, es esencial que estudiemos los efectos de nuestras actividades en toda la cadena de suministro y que colaboremos con otros agentes en todos los sectores. Como la mayor empresa de sabores y fragancias del mundo, con 6.000 clientes, 2.000 proveedores de materias primas y presencia en 82 lugares, podemos marcar una gran diferencia.

Estamos haciendo grandes progresos

Hemos comenzado a comprender y medir el impacto de nuestros productos, desde la fuente hasta el consumidor. Y estamos asociándonos con clientes y proveedores para crear unos productos aún más eficaces y saludables, y que también utilicen los recursos naturales de forma sostenible. Gracias a estas colaboraciones establecemos el alcance de nuestro impacto, contribuyendo así a aumentar la sostenibilidad de toda la industria.





Examinar tendencias. Moldear futuros.

En el Informe de Sostenibilidad de Givaudan 2013 ponemos el énfasis en dos de las cuestiones más importantes para nosotros en materia de sostenibilidad: abastecimiento responsable e innovación sostenible. Examinamos las tendencias emergentes, ilustrando nuestra respuesta con estudios de caso y explicando nuestra proactividad en esas dos áreas.



Abastecimiento responsable

Actuar con responsabilidad desde la fuente hasta la marca

De nuestros grandes clientes a nuestros proveedores de menor tamaño, queremos inspirar las mejores prácticas comerciales. Crear valor para todas las partes de la cadena de suministro es esencial. Una agricultura sostenida, unos salarios justos, oportunidades creativas y unas comunidades estables: nuestros compromisos con el abastecimiento responsable nos permiten comerciar de una forma más transparente y justa a nivel global.



Innovación sostenible

Afrontar retos, crear oportunidades

La pasión de Givaudan por la innovación nos define: desde los elementos químicos y los procesos que aplicamos hasta las tecnologías, herramientas y tendencias que creamos, y nuestra capacidad para influir en el debate sobre cuestiones de sostenibilidad. La innovación abre nuevos y fascinantes horizontes, creando oportunidades para nuestra empresa y nuestros clientes.



Las siguientes páginas proporcionan un resumen de como afrontamos los desafíos de la industria y creamos valor, a través de asociaciones, para Givaudan y sus partes interesadas.



Trabajando con una nueva cooperativa en Haití

Haití es un conocido productor de vetiver, un icónico aceite esencial utilizado en perfumería. En 2012, Givaudan lanzó una nueva iniciativa de abastecimiento ético por la que los productores se comprometen a cumplir a unos estrictos criterios medioambientales: el vetiver suministrado a Givaudan cuenta con la certificación de comercio justo Ecocert ESR Standard y su cultivo es orgánico.

Gracias a esta cooperativa, Givaudan puede garantizar el suministro de vetiver y mejorar la calidad optimizando las prácticas de cultivo y refinado. Como operamos en un área específica, también podemos garantizar la trazabilidad.

Givaudan, a su vez, da apoyo a la comunidad local. El Fondo para el desarrollo de la cooperativa de Vetiver ha contribuido a implantar la infraestructura de transportes local, que ofrece a los residentes enlaces a escuelas, tiendas y centros de salud. Este enfoque de “círculo virtuoso” beneficia tanto a Givaudan como a las comunidades locales.



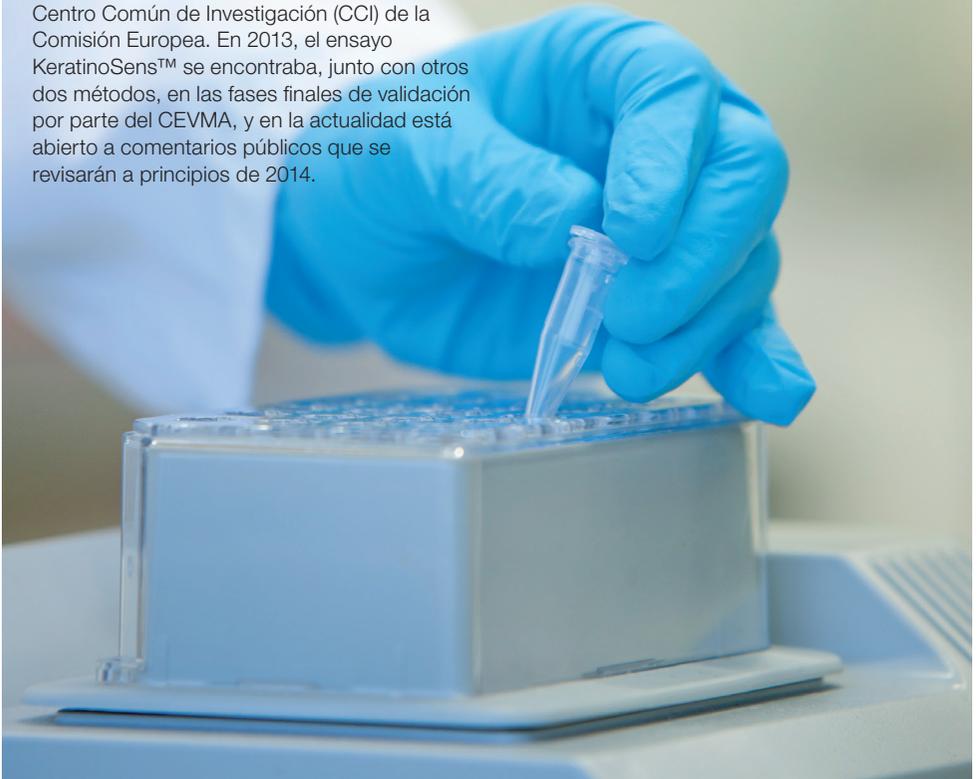


Avanzando con una alternativa universal a las pruebas con animales

La división de Fragancias de Givaudan lleva varios años investigando métodos alternativos a los ensayos con animales. El resultado es el ensayo KeratinoSens™, empleado ahora abiertamente por Givaudan gracias a la eliminación de las protecciones con patente.

En 2011, Givaudan publicó los hallazgos de su estudio de KeratinoSens™, que fueron enviados al Centro Europeo para la Validación de Métodos Alternativos a las pruebas con animales (CEVMA), órgano incorporado al Centro Común de Investigación (CCI) de la Comisión Europea. En 2013, el ensayo KeratinoSens™ se encontraba, junto con otros dos métodos, en las fases finales de validación por parte del CEVMA, y en la actualidad está abierto a comentarios públicos que se revisarán a principios de 2014.

El CEVMA está trabajando en el establecimiento de una Estrategia de Ensayo Integrada para pruebas de sensibilización cutánea. El objetivo es combinar los tres enfoques en un método alternativo que sustituya las pruebas con animales a efectos regulatorios, en línea con la 7.ª Directiva europea sobre cosméticos, que en la actualidad prohíbe las pruebas con animales para la producción de cosméticos.





Hacer de los Tés listos para beber una opción aún más saludable

En Norteamérica, los “Tés listos para beber” van adquiriendo popularidad, y Givaudan está trabajando para mejorar el potencial del té como una opción más saludable.

TasteEssentials™ es un programa de tés listos para beber lanzado en 2013 que propone a los clientes seis áreas de desarrollo, incluida TasteSolutions™ para tés bajos en calorías. Así ayudamos a nuestros clientes a generar productos que cubran todo el espectro de la demanda de los consumidores, con tés naturalmente edulcorados bajos en calorías, con la mitad de calorías y sin calorías.

Las herramientas TasteSolutions™ proporcionan un aumento de la percepción de dulzura y un delicioso sabor, sin los elementos negativos habitualmente asociados a los edulcorantes artificiales de intensidad alta o a edulcorantes naturales basados en estevia.



Nuestro rendimiento

Nuestra estrategia de sostenibilidad está basada en indicadores (KPIs) mesurables y cuantificables los cuales nos permiten medir el progreso de 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.

Nuestros indicadores

- Comunicarnos con todos los proveedores acerca de 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 más iniciativas de abastecimiento ético
- Desarrollar proyectos de certificación de terceros para materias primas
- Construir 14 escuelas en Madagascar para 2014

Nuestros avances

- Revisión del Documento de expectativas de vendedores para que refleje el compromiso con el Pacto Global de Naciones Unidas e inclusión de la mención a altos criterios éticos y sociales en los ámbitos de Derechos humanos, Condiciones laborales y Anticorrupción
- 100 proveedores auditados, y 248 ya integrados en Sedex
- Establecimiento de una asociación de cultivo con GaiaOne y Kebun Rimau SDN BHD para desarrollar una plantación sostenible de pachuli en Malasia
- Apoyo continuado a una cooperativa de tres pueblos y un destilador local para producir y destilar vetiver con la certificación ESR
- Construcción de 12 escuelas en Madagascar desde el inicio de nuestro programa

Otros logros claves

- Evolución de la colaboración con AIM-Progress, desde el estatus de miembro de 2012 al de líder de flujo de trabajo en 2013 y al de miembro del Consejo de liderazgo en enero de 2014
- Prosigue el aprovisionamiento de aceite de palmiste y derivados sostenibles
- Creación de un equipo de Origenación especializado



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.

Nuestros indicadores

- Llevar a cabo el programa de seguridad conductual “Zero is Possible”
- Green Teams en el 100% de los centros de producción
- Reducir la tasa de lesiones con tiempo perdido (LTI) a menos del 0,1 para 2020
- Aumento de la representación femenina en nuestros puestos de alta dirección
- Establecimiento de asociaciones con organizaciones sin ánimo de lucro y trabajo en causas benéficas: ceguera, nutrición familiar y apoyo a las comunidades locales

Nuestros avances

- SafeStart™, que forma parte del programa “Zero is Possible”, se puso en marcha en otros dos centros de producción, y los empleados de 37 centros ya han recibido la formación correspondiente
- Los Green Teams reciben más apoyo y están más integrados
- La tasa LTI (lesiones con tiempo perdido) se redujo un 57% respecto al punto de partida de 2009
- El porcentaje actual de mujeres dentro de la alta dirección de Givaudan ha aumentado a 17.9% en 2013, representando una mejora dentro de nuestro rendimiento del año pasado
- Apoyo continuado a nuestros compromisos con causas benéficas



Innovación y desarrollo

Nuestra visión - Givaudan es el 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.

Nuestros indicadores

- Cumplimiento por la división de Fragancias de los requisitos de registro europeos REACH, a medida que entran en vigor, en 2010, 2013 y 2018
- Objetivo de ventas incrementales de 100 millones de francos suizos en el programa de Salud y Bienestar de Sabores; crecimiento incremental de 2009 a 2013

Nuestros avances

- Cumplimiento por la División de Fragancias de REACH, habiendo completado con éxito los registros exigidos
- Superación de nuestro objetivo de alcanzar la previsión de un crecimiento de 100 millones de francos suizos de las ventas incrementales para los productos de salud y bienestar

Otros logros claves

- KeratinoSens™ Assay (un método para realizar pruebas in vitro de sensibilidad cutánea) tiene visos de convertirse en el estándar del sector como parte de la ITS (estrategia de ensayos integrada)



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.

Nuestros indicadores

Por tonelada de producto en comparación con el nivel inicial de 2009:

- Consumo de energía: reducción del 20% por tonelada de producto para 2020
- Consumo de agua: Reducción del 15% por tonelada de producto para 2020 (en 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)
- Ponderación total de residuos incinerados y desechados en vertedero: reducción del 15% por tonelada de producto para 2020

Nuestros avances

Por tonelada de producto en comparación con el nivel inicial de 2009:

- Reducción del 13.4% en consumo de energía
- Reducción del 6.4% en uso de agua municipal y subterránea
- Reducción del 19.9% en emisiones de CO₂ directas e indirectas
- La ponderación total de nuestros residuos incinerados y desechados en vertederos se redujo en un 14.4%



Cientes y mercados

Nuestra visión - Nos comprometemos activamente con nuestros clientes para asegurar que nuestros productos promueven la salud y el bienestar de la gente y preservan nuestro planeta. Hacemos esto motivando a nuestros socios comerciales a apoyar nuestros objetivos a lo largo del ciclo de vida de sus productos.

Nuestros indicadores

- Establecer iniciativas conjuntas para avanzar más hacia los objetivos de sostenibilidad de Givaudan y de nuestros socios

Nuestros avances

- Lideramos una línea de trabajo en AIM-PROGRESS y se nos invitó a convertirnos en miembro del Consejo a partir de 2014
- Asociación con Diptyque para producir ylang ylang de forma sostenible
- Asociación con AkzoNobel sobre soluciones de reducción de sodio

Otros logros claves

- Todos los centros de Givaudan volvieron a completar el Cuestionario Sedex y se han llevado a cabo nueve auditorías SMETA
- Continuación del patrocinio del Premio Eco Beauty de Cosmetic Executive Women (CEW) en Estados Unidos y el Reino Unido, cuyo objetivo es servir de inspiración para que se adopten medidas de sostenibilidad en la industria de la belleza
- Promoción externa, incluida una charla en la Sociedad Británica de Perfumistas
- Obtención del Gold Standard en la evaluación realizada por EcoVadis
- Asociación con el NRSC para el desarrollo de una cadena de suministro de derivados del aceite de palma sostenibles



Más información

Serie de Informes de Sostenibilidad de Givaudan 2013.

Este año hemos innovado creando una Serie de Informes de Sostenibilidad que incluyen el Informe de Sostenibilidad propiamente dicho y un Informe Técnico en línea con la Global Reporting Initiative (GRI).

Este último sigue la estructura GRI 3.1, que recopila información detallada acerca de la empresa, sus análisis de materialidad, el enfoque de gestión y los indicadores de rendimiento. Ernst & Young es el auditor externo independiente de nuestro Informe de GRI.



Para más detalles sobre nuestro progreso en 2013, consulte el [Informe de Sostenibilidad](#)



Consulte nuestro [Informe GRI](#) para una declaración completa de nuestro desempeño en 2013

Contacto

Si desea más información sobre las actividades de sostenibilidad de Givaudan, póngase en contacto con nosotros:

global.sustainability@givaudan.com