



## COMUNICACIÓN DE PROGRESO

**Año: 2010**

En Unilever aspiramos a crear un futuro mejor para las personas. Es por eso que mediante nuestros productos buscamos hacer pequeñas pero importantes diferencias en la calidad de vida de las 2.000 millones de personas a las que llegamos diariamente, satisfaciendo sus necesidades de nutrición, higiene y cuidado personal. Nuestras marcas ayudan a la gente a verse bien, sentirse bien y disfrutar más la vida.

También queremos hacer crecer responsablemente a nuestra compañía, con el objetivo de que esto genere valor para todos nuestros grupos de interés: empleados, proveedores, accionistas, clientes, consumidores, el medio ambiente y la sociedad en general. Para ello buscamos desarrollar nuevas maneras de hacer negocios que aumenten los beneficios sociales, al mismo tiempo que reduzcan el impacto ambiental.

En esta línea, nuestro **Plan de Sustentabilidad** global pone el enfoque en tres cuestiones fundamentales: la salud y seguridad, el medio ambiente y el desarrollo de la comunidad. Así, buscamos inspirar a que millones de personas tomen acciones para mejorar su salud y bienestar, trabajamos para reducir el impacto ambiental de la fabricación y el uso de nuestros productos y promovemos el desarrollo de la comunidad.

Comprometidos con los diez Principios propuestos por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a los que adherimos en la Argentina en el año 2005, continuamos conduciendo y desarrollando nuestro negocio en concordancia con los mismos, a la vez que participamos activamente en la Mesa Directiva en la Argentina, rol que hemos aceptado en la última renovación de autoridades.

Por medio de este documento presentamos nuestra Comunicación de Progreso correspondiente al año 2010, en el que damos a conocer las iniciativas que llevamos adelante en el cumplimiento de estos diez Principios, y que reflejan el compromiso de nuestra compañía con los derechos humanos, derechos laborales, el cuidado del medioambiente y la transparencia en la gestión del negocio.

Miguel Kozuszok  
Presidente Unilever Latinoamérica

**Contacto:** Tarcisio Múlek **Email:** [tarcisio.mulek@unilever.com](mailto:tarcisio.mulek@unilever.com) **Teléfono:** + 54 11 4509-2618/4509 2555

## Descripción breve de la naturaleza de la empresa

Unilever es una empresa líder en el sector de consumo masivo. Está presente en la Argentina hace más de 80 años y cuenta con dos grandes unidades de negocio: Alimentos y Cuidado del Hogar y Personal Personal. Crea, comercializa y distribuye los productos que la gente elige para alimentar a sus familias y para mantenerse a sí misma y a sus hogares limpios y frescos.

En la Argentina emplea a más de 4.500 personas, tiene 8 plantas productivas y un centro de distribución, haciendo posible su presencia en todos los hogares del país.

Gracias a la calidad de sus productos, la trayectoria de su marcas, el aporte de sus programas de desarrollo sustentable, su prestigio como empleador preferido y su vínculo transparente con sus grupos de interés, es una de las compañías más admiradas tanto a nivel global como local.

Desde la misión de la empresa de “trabajar para crear un futuro mejor cada día”, Unilever busca satisfacer las necesidades de los consumidores que, como ciudadanos responsables, exigen a sus marcas productos de calidad que promuevan la salud, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo de la sociedad.

La compañía cree firmemente que la excelencia en el desarrollo del negocio requiere niveles ejemplares de comportamiento con su gente, proveedores, accionistas, consumidores, el medio ambiente y la comunidad en la cual se inserta.

PRINCIPIO N 1	APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS
<b>Acciones</b>	<b>Nuestro Compromiso o Política</b>
	<p>Llevamos a cabo nuestras operaciones con honestidad, integridad y apertura, y con respeto por los derechos humanos e intereses de nuestros empleados. Del mismo modo respetamos los legítimos intereses de aquellos con quienes nos relacionamos.</p>
	<b>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</b>
	<p>Nos proponemos asumir nuestro liderazgo actuando con responsabilidad en todo lo que hacemos con nuestros empleados, proveedores, clientes y comunidades cercanas a nuestras plantas. Asimismo, tomamos en cuenta los problemas sociales básicos de la comunidad y realizamos acciones concretas que contribuyen al desarrollo social, la educación y, sobre todo, a mejorar la calidad de vida de las personas. A su vez, aseguramos el cumplimiento de los derechos de los trabajadores, brindándoles un ambiente de trabajo seguro y saludable.</p>
	<b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b>
<p><b>Programa de RE de Dove</b>            En Unilever nos sentimos comprometidos con la esencia de la mujer real y los rasgos que la caracterizan. Por eso, a través de Dove llevamos a cabo distintos Programas vinculados a nuestro compromiso:</p> <p><b>1. Encuentro Mujeres que inspiran</b>            “Mujeres que inspiran” surge a partir del compromiso de Dove y la marca de indumentaria femenina, MARÍA CHER, con la esencia de la mujer real y los rasgos que la caracterizan. Este Encuentro estuvo dirigido a mujeres emprendedoras o que se encuentran en cargos directivos,</p>	

profesionales independientes y también para aquellas que buscan inspiración en liderazgos femeninos. Cinco mujeres destacadas compartieron sus experiencias personales y disertaron acerca de cómo llevar a cabo un emprendimiento o una carrera profesional y a su vez combinarlos con su vida privada y social. Las disertantes elegidas para este "Segundo encuentro" fueron: María Chernajovsky, diseñadora de indumentaria y empresaria; Cecilia Roth, artista reconocida; Tini de Bocourt, embajadora de Dove; Alessandra Rampolla, sexóloga; Susana Trimarco, fundadora de la fundación Marita Verón y Olry Benzacar, galerista. Hablar de cuidado real para una belleza real nos permite anclar el concepto de belleza real y de mujeres que inspiran al beneficio de utilizar productos de calidad para que cualquier mujer pueda alcanzar su máximo potencial de belleza

## **2. Moving Day**

En 2010, nuevamente apoyamos la caminata de mujeres 3K/5K organizada por la marca de zapatos Hush Puppies, a total beneficio de la Fundación Garrahan. De esta forma, colaboramos en la creación de un espacio para disfrutar, caminar, meditar y respirar aire puro pensado para la mujer de hoy. A través de esta acción, logramos promover el movimiento y la vida saludable como medios para mejorar la comunicación de la mujer con ella misma y con los demás.

## **Panel de Ciegos**

En Unilever trabajamos con un panel de personas no videntes en el proceso de evaluación técnica-olfativa de fragancias para nuestros productos de cuidado personal, lavado de ropa y del hogar, y degustación de alimentos. El panel de análisis sensorial se conforma con personas ciegas o con disminución visual que son entrenadas constantemente. El proyecto, realizado en alianza con la Consultora Stg, comenzó con la colaboración del Banco Interamericano de Desarrollo y el Ministerio de Trabajo bajo su Programa de Inserción para la población Ciega (PILC) en 2002. Así es como, ininterrumpidamente desde entonces, utilizamos el panel como proveedor externo para realizar estas evaluaciones técnicas.

## **Fiesta de la gratitud**

Como forma de agasajar a nuestros empleados con trayectoria y de comprometernos con quienes dieron muchos años de su vida a Unilever, año tras año llevamos a cabo la Fiesta de la Gratitud, donde celebramos y entregamos medallas a nuestros recientemente jubilados, agradeciéndoles y reconociendo su experiencia y trayectoria.

## **Programas de Mejora de la Calidad de Vida y la Salud:**

### **1. Programa Enjoy Nutrition**

El objetivo de este Programa es promover hábitos alimenticios saludables que mejoren la salud y calidad de vida de nuestros empleados. La fruta constituye la principal fuente de fibras en la dieta y su alto contenido de agua facilita la eliminación de toxinas del organismo y ayuda a mantener hidratado el cuerpo. Por esta razón, ubicamos canastas de frutas frescas (manzanas y bananas) en oficinas centrales y en algunas plantas productivas. También incluimos barras de cereal, jugo de frutas AdeS, agua fresca, té y otras infusiones. Además, continuamos ofreciendo yogurt, para promover la incorporación de calcio en la dieta de nuestros empleados.

Asimismo, en 2010 buscamos comunicar los beneficios de una buena alimentación y promover hábitos saludables, a través de distintas campañas de comunicación interna vía mailing y carteleras.

### **2. Comedor**

En las plantas, y en las nuevas oficinas centrales, ofrecemos servicio de comedor a todos nuestros empleados. Dentro de las alternativas, contamos diariamente con propuestas

	<p>saludables o Light y un servicio de excelente primer nivel, tanto por la calidad de los alimentos como por la diversidad de propuestas, incluyendo a quienes tienen limitaciones específicas de alimentación (por ejemplo, Celíacos).</p> <p><b>3. Cursos de cocina Food Solutions</b> Con el objetivo de hacer extensivo a nuestros empleados el avanzado conocimiento que tenemos en la compañía sobre la cocina saludable y buenos hábitos de alimentación, organizamos cursos de cocina dictados por nuestros Chefs de Food Solutions.</p> <p><b>4. Campaña de Safe Travel</b> Esta campaña tiene como meta fortalecer el conocimiento de la “seguridad vial” de nuestros empleados y sus familias, a través de campañas gráficas de comunicación. Con esta iniciativa intentamos estar en contacto con los conductores y sus necesidades, reforzar la conducción segura, evitar accidentes y replicar una misma campaña con activaciones locales en cada país del Cono Sur.</p> <p><b>5. Concientización en salud</b> Durante 2010 realizamos campañas internas de prevención y concientización en salud, que se difundieron mediante cartelera, intranet y mailing. Entre otras campañas, se realizó la “Campaña Argentina sobre el lavado de manos”. Con el lanzamiento de Lifebuoy (jabón contra bacterias) en Argentina, se lanzó un programa educativo, auspiciado por el Ministerio de Educación de la Nación, que tuvo como fin instaurar el hábito del lavado de manos como herramienta eficaz de prevención de enfermedades. Se convocó a los empleados con hijos de entre 6 y 12 años para que sean embajadores Lifebuoy de la “Campaña Argentina sobre el lavado de manos” en el colegio de sus hijos.</p> <p><b>Brigada de Emergencia en Planta La Rioja</b> La finalidad de la brigada es contar con un grupo de personas familiarizadas con los riesgos del establecimiento y entrar en acción eliminando el siniestro o bien controlándolo hasta la llegada de los entes externos de emergencia. Su función consiste en intervenir ante un siniestro y colaborar con el cuerpo de bomberos, policía, defensa civil, emergencias médicas, etc. Asimismo contribuimos al desarrollo del personal voluntario que integra la brigada impartiendo conocimientos y capacitaciones extras en materia de emergencias. Se entregan elementos que se encuentran en desuso de la Planta, como matafuegos y mangueras, luego de su renovación.</p>
<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p> <p><b>Programa de RE de Dove:</b></p> <p><b>1. Encuentro Mujeres que inspiran</b> Asistieron 5.000 personas al evento. Maria Cher y Dove desarrollaron en conjunto “Remeras que Inspiran”: una edición limitada de remeras a beneficio de la Fundación Paz, proyecto Cosiendo Redes. Las remeras se vendieron a un costo de \$144 y el 100 % de lo recaudado fue destinado para fomentar el proyecto Cosiendo Redes de la Fundación Paz.</p> <p><b>2. Moving Day</b> El evento realizado en el Hipódromo de San Isidro, fue protagonizado por más de 2.000 mujeres de todas las edades, que se sumaron a la caminata 3 km y 5 km, y a las clases de stretching, yoga, tai-chi y respiración que se realizaron antes de comenzar la caminata. La inscripción de \$50 estuvo destinada a total beneficio de la Fundación Garrahan.</p> <p><b>Panel de Ciegos</b> A diciembre 2010 el panel sensorial estaba conformado por 18 personas no videntes o con</p>

visión disminuida. Las personas no videntes o con disminución visual tienen mayor aptitud para el análisis sensorial ya que desarrollan mejor los sentidos del gusto y del olfato, así como la capacidad para describir las percepciones a través de los mismos. Esto nos permitió contar con una mayor aptitud para el análisis sensorial de nuestros productos.

#### **Fiesta de la gratitud**

En la Fiesta de la gratitud celebrada en 2010, más de 350 jubilados participaron del evento.

#### **Programas de Mejora en la Calidad de Vida y Salud:**

##### **1. Programa Enjoy Nutrition**

Durante 2010, los indicadores obtenidos se mantuvieron a lo largo del tiempo, evidenciando el consumo de al menos una fruta por persona por día y se mostró un menor consumo de café en las oficinas.

##### **2. Comedor**

Brindamos los menús más saludables, incluyendo salad bar (con 6 alternativas base y 2 componentes proteicos adicionales) y demás alternativas de platos gourmet, menú pasta, menú wok y menú vital (cocina gourmet liviana o natural) para acompañar una dieta balanceada.

##### **3. Cursos de cocina Food Solutions**

Durante 2010 se dictaron las siguientes clases: "Curso de Pastelería", "Curso de Cocina Navideña" y "Clases de cocina criolla" (en el marco del Bicentenario). A través de estos cursos, nuestros empleados pudieron aprender distintos tips de cocina y opciones saludables para cocinar en sus casas. Participaron 70 empleados.

##### **4. Campaña de Safe Travel**

Durante octubre de 2010 llevamos adelante la Semana de la Seguridad Vial, donde participaron Instructores de CESVI (Centro de Experimentación y Seguridad Vial). Ellos fueron los encargados de darle al personal de Unilever, tres charlas sobre distintas temáticas: Distancia de acercamiento entre vehículos, Tipo de neumáticos y su codificación, y Responsabilidad legal ante el caso de accidentes.

##### **5. Concientización en salud**

Durante 2010, la "Campaña Argentina sobre el lavado de manos" llegó a más de 3.500 escuelas públicas a nivel nacional, beneficiando así a más de 700.000 alumnos de nivel primario. Por otra parte, 70 empleados fueron embajadores Lifebuoy de la "Campaña Argentina sobre el lavado de manos" en el colegio de sus hijos.

#### **Brigada de Emergencia en Planta La Rioja**

A través de este Programa llevamos a cabo entrenamientos teórico-prácticos en materia de emergencias e interacción con entes gubernamentales y privados para el bien común de la sociedad. También colaboramos con elementos en desuso útiles para distintos establecimientos y fuimos multiplicadores de entrenamientos básicos tales como: RCP (respiración cardiopulmonar), primeros auxilios, uso matafuegos dirigidos a escuelas públicas, entidades privadas e intercambio con otras plantas locales. En 2010 se benefició con nuestras actividades la Policía División Bomberos Unidad Regional IV, con un impacto directo sobre 25 personas.

<b>PRINCIPIO N 2</b>	<b>NO SER CÓMPLICE DE ABUSOS DE LOS DERECHOS</b>
<b>Acciones</b>	<b>Nuestro Compromiso o Política</b>

Nos comprometemos a establecer relaciones mutuamente beneficiosas con nuestros proveedores, clientes, socios del negocio y la comunidad en general. En nuestras transacciones comerciales esperamos que nuestros socios se adhieran a los principios del negocio consistentes con los nuestros.

#### **Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas**

Hacemos que las personas de nuestra comunidad disfruten más la vida a través de proyectos enfocados en el desarrollo social. Tenemos el compromiso de asumir nuestro liderazgo responsablemente. Para ello, tomando en cuenta las diversas problemáticas sociales y económicas, realizamos acciones concretas y continuas destinadas a fomentar los valores humanos. Consideramos que la capacitación es un factor vital de la compañía, no sólo para el desarrollo del negocio sino también para el crecimiento y evolución de todos nuestros grupos de interés.

#### **Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año**

##### **P.U.R.A. (Programa Unilever de Re-Educación Alimentaria)**

El objetivo de este programa es prevenir enfermedades y mejorar la calidad de las comidas para lo cual se busca llevar herramientas de higiene y manejo de alimentos a entidades no gubernamentales que luchan contra el hambre. Esto se realiza por medio del desarrollo de talleres prácticos y conceptuales que orientan a referentes de cocina para prevenir enfermedades de transmisión alimentaria (ETA). Comedores, centros comunitarios y jardines de infantes que dan de comer a niños y ancianos son participantes de las actividades que generan en los encargados de la cocina conocimiento y práctica para una cocina pura.

Este programa vincula cuatro sectores fundamentales para el desarrollo comunitario: el Estado (Gestión de la Ciudad), la Academia (Docentes de la UBA), el Sector Social (Entidades Comunitarias) y el Sector Privado (Unilever). La relación entre estos multiplica la oportunidad de mejora de cuestiones vinculadas al desarrollo humano como la higiene y la salud alimentaria.

##### **Capacitación y nuevas oportunidades: Centro de Formación Técnica (CFT) para la Comunidad**

Este proyecto, que nació dentro de la Planta, y luego se extendió a la comunidad, ofrece a la población la oportunidad de capacitarse en aquellas tecnologías que actualmente son requeridas por las industrias. Está destinado a personas de zonas aledañas a nuestras plantas que sean mayores de 18 años, de medianos o bajos recursos, sin acceso a este tipo de capacitación y que tengan estudios primarios completos.

El programa se basa en cursos presenciales y semi-presenciales según el grado de conocimiento de las personas a capacitar. Asimismo, se realizan actividades prácticas presenciales y se desarrollan proyectos propuestos por los instructores y llevados a cabo por los alumnos.

Una vez finalizada la carrera, cada alumno recibe un Título Oficial de Operador Industrial Polivalente, certificado avalado por Unilever y la escuela, para el primer nivel (con una duración de un año) y el de operador especializado en máquinas automáticas, para el nivel 2, con una duración de un semestre.

##### **Programa de capacitación y financiamiento a jóvenes empresarios a través de la Fundación Impulsar**

Desde 1999, contribuimos con la Fundación Impulsar, junto a otras ocho empresas fundadoras, en la formación de jóvenes empresarios mediante la educación, capacitación, y financiamiento de emprendimientos.

Los beneficiarios de este programa son emprendedores mayores de 18 años de escasos recursos y poca experiencia, con ideas de negocios que se encuentran en marcha o necesitan capital

semilla para su implementación. Las actividades realizadas por la Fundación incluyen: capacitación grupal teórico-práctica para la formulación de un proyecto de microemprendimiento; colaboración económica para su puesta en marcha y desarrollo inicial, y el apoyo al emprendedor a través de un mentor empresarial quien le brinda su ayuda voluntaria como su guía y consejero durante el primer año de ejecución.

#### **Proyecto Win-Win with the Community**

Contribuimos a satisfacer las necesidades diarias de nutrición, higiene y cuidado personal de muchos que no pueden comprar productos. La política de donaciones de Unilever "Win-Win with the Community" tiene como objetivo definir los responsables, criterios y procedimientos de estas donaciones. Se busca optimizar la activación, registro y unificación del proceso, para asegurar la donación de los productos elaborados por la compañía, minimizando costos y maximizando el impacto en las comunidades en las que está inserta.

En Unilever Argentina centralizamos el destino de donación de nuestros productos en un sólo conjunto de entidades: la Red Argentina de Bancos de Alimentos. Esta Red es una Asociación Civil sin fines de lucro integrada por más de 12 Bancos de Alimentos en el país, que busca potenciar el trabajo conjunto y fortalecer las herramientas que cada uno posee con el fin de reducir el hambre y mejorar la realidad nutricional de la Argentina solicitando donaciones de alimentos aptos para el consumo, almacenándolos y distribuyéndolos entre organizaciones de ayuda comunitaria: comedores, hogares de niños, hogares de ancianos y apoyos escolares. Esta alianza nos permite contar con un vehículo inteligente que hace más sencilla nuestra tarea integral de donación, garantizando una mayor eficiencia en el proceso.

#### **Luzca Bien... Siéntase Mejor**

El objetivo del programa es brindar a las mujeres que padecen cáncer y están siendo tratadas con quimioterapia y radiación, las herramientas necesarias para mejorar su imagen personal. "Luzca Bien... Siéntase Mejor" se implementa a través de un taller gratuito que brinda técnicas de maquillaje y estética con el propósito de que las mujeres aprendan a disimular los efectos que tienen los tratamientos oncológicos, mejoren su imagen y de esta manera ganen seguridad y autoestima para hacer frente a la enfermedad.

El programa se implementa a través de talleres completamente gratuitos dictados por voluntarias maquilladoras que facilitan: técnicas de maquillaje, asesoramiento estético y sugerencias para el uso de accesorios.

Desde Unilever apoyamos esta iniciativa de Responsabilidad Social de la Cámara Argentina de la Industria de Cosmética y Perfumería (CAPA) y colaboramos con apoyo económico, encuadrándonos en la categoría de socios y a través de la participación de nuestros expertos en la Comisión de Responsabilidad Social. Esta comisión establece las estrategias y define las políticas para la implementación de Luzca Bien... Siéntase Mejor. Además, efectuamos la donación de productos cosméticos, que las beneficiarias reciben como obsequio para poder realizar el taller y continuarlo en sus hogares, poniendo en práctica todo lo aprendido.

#### **Herramientas para la lucha contra el hambre ("computadoras para trabajar mejor")**

Trabajamos desde el año 2000 junto al Centro de Enseñanza de Tecnología Informática Argentino (C.E.T.I.A.) en la donación de equipos informáticos que la empresa ya no utiliza, para responder a las instituciones que las necesitan para luchar contra el hambre. Desde 2008, transformamos nuestras donaciones esporádicas en un proyecto sólido, siguiendo la estrategia de Sustentabilidad de Unilever Global con foco en la nutrición e higiene.

El equipo de Unilever que lleva adelante este proyecto involucra actores de áreas como Information Technology (IT), Asuntos Públicos y Comunicaciones (AP&C). Por su parte, CETIA prepara y dispone los equipos informáticos para las necesidades de las organizaciones. El objetivo es que estas instituciones puedan insertarse en el mundo de la informática, permitiendo saltar la brecha tecnológica que se produce en el escenario actual generando capacidades para el desarrollo humano y mejoras en la calidad de vida. De esta manera, también evitamos el impacto ambiental que generaría la destrucción de las Pc.

### **Maizena: Recetas queridas**

En 2008 y 2009 lanzamos y dimos a conocer "Recetas Queridas". En 2010 continuamos con su distribución. Se trata de un libro de recetas especialmente dedicado a personas celíacas. El texto fue escrito por Mónica Cortizas, la madre de una adolescente celíaca, quien luego de conocer el diagnóstico de su hija, se propuso enriquecer y alimentar la creatividad de su dieta alimenticia. Ella quería compartir todo lo que había descubierto y aprendido y buscó la ayuda de nuestra marca Maizena para publicar el material. Así fue como elaboró más de 100 recetas que hoy tiene la oportunidad de compartir con toda la comunidad celíaca. Es importante destacar que el libro cuenta con el prólogo del Dr. Julio Bai, Jefe del Departamento de Medicina del Hospital Udaondo, y los consejos de la Licenciada en Nutrición Andrea González.

### **Campaña Knorr: Comer en familia**

Realizamos un estudio global efectuado en siete países incluyendo la Argentina, que reveló los beneficios de compartir regularmente la mesa familiar, y la situación actual de los hogares en relación a este momento: qué importancia le asignan, cuáles son los temas de conversación más frecuentes, qué rol cumple la televisión.

Estos estudios demostraron que compartir la mesa familiar regularmente aporta beneficios en términos de bienestar físico, social, emocional y nutricional; así como también al desarrollo, y socialización de niños y adultos. Concientes de ello, tanto en 2008 como en 2009 y 2010 llevamos adelante una campaña de comunicación masiva para dar a conocer los beneficios de comer en familia.

### **Apoyo a campañas del Consejo Publicitario Argentino**

Somos miembro del Consejo Publicitario Argentino desde 1993, cuya misión consiste en realizar campañas de concientización que movilicen a la acción y promuevan cambios de conducta positivos en la población. Participamos activamente en la Junta Directiva y el Comité Ejecutivo de esta institución, y formamos parte de las Comisiones de Campañas de "Nutrición Infantil" y "Educación".

Durante 2010 colaboramos con la realización de la campaña de educación "Menos días de clases es menos futuro" y con el relanzamiento de la campaña de nutrición "Lactancia materna". Ambas acciones contaron con piezas publicitarias especialmente desarrolladas para TV, gráfica, radio e Internet, y en particular el sitio [www.nutrired.org](http://www.nutrired.org) que canalizó las consultas de la población.

### **Programa de pasantías en Planta Tortuguitas**

Esta iniciativa tiene como objetivo dar a conocer herramientas prácticas a los estudiantes de nivel secundario de escuelas técnicas para que se encuentren mejor preparados al momento de insertarse en el ámbito laboral. Además, les da la posibilidad de utilizar esta experiencia para definir su orientación vocacional.

En este contexto, establecimos acuerdos marco con 2 escuelas técnicas de la zona de Tortuguitas, las cuales tiene las siguientes especialidades: técnicos en alimentos, técnicos mecánicos, técnicos en informática y gestión.

Para ingresar al Programa, los jóvenes son elegidos mediante un proceso de selección convencional, junto con los líderes de cada área. Luego ingresan a la compañía y reciben dos días de inducción. El horario de la pasantía es de 4 horas de lunes a viernes y los acuerdos tienen una duración de 12 a 18 meses.

Mediante este programa les damos a los jóvenes la oportunidad, en un futuro cercano, de poder ingresar y ser parte de Unilever.

### **Conociendo Planta La Rioja**

Este Programa se lanzó en mayo de 2009 y está dirigido a alumnos de entre 10 a 18 años de escuelas privadas y/o públicas. Consiste en la realización de visitas a la Planta La Rioja en horario escolar, donde también reciben una inducción en temas de seguridad y

medioambiente. Su objetivo principal es afianzar los lazos entre Planta La Rioja y la comunidad, promoviendo espacios de participación activa con la sociedad. Al final de la visita se les entregan obsequios a los alumnos.

#### Negocios Inclusivos

En Unilever buscamos integrar en nuestra cadena de valor a las llamadas "empresas sociales", generando impactos positivos sociales, económicos y medioambientales. Uno de ellas es RedActivos - iniciativa de La Usina Asociación Civil, el Cambio en Discapacidad-, que reúne talleres protegidos que dan trabajo legítimo a personas con discapacidad. A través de este Programa ayudamos a transformar la realidad de los trabajadores con discapacidad en ciudadanos visibles y económicamente activos. RedActivos cuenta con 12 talleres protegidos de producción y más de 350 trabajadores con discapacidad.

De la mano de RedActivos y La Usina, realizamos las cajas navideñas para los empleados de la compañía. También realizamos las eco-bolsas corporativas que son utilizadas para envíos de marketing directo.

#### Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía

##### P.U.R.A. (Programa Unilever de Re-Educación Alimentaria)

Durante 2010 realizamos un taller completo de dos jornadas en conjunto a la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad de Bs.As y el Centro de Desarrollo Comunitario (CDC) en la Fundación Dignidad, ubicada en Pacheco, Provincia de Bs. As, en el que participaron 30 personas, y se beneficiaron indirectamente 2.000 personas.

##### Centro de Formación Técnica (CFT) para la Comunidad

Resultados 2008	Cantidad de estudiantes	Cantidad de Materias	Cantidad de hs por Materia	Cantidad de hs en total	Cantidad de turnos
<b>Tortuguitas</b>					
Nivel 1	39	9	32	288	3(Total hs 864)
Nivel 2	5	5	16	80	2(Total hs 160)
<b>Pilar</b>					
Nivel 1	10	7	32	224	1
Resultados 2009	Cantidad de estudiantes	Cantidad de Materias	Cantidad de hs por Materia	Cantidad de hs en total	Cantidad de turnos
<b>Tortuguitas</b>					
Nivel 1	56	9	32	288	3(Total hs 864)
Nivel 2	9	5	16	80	2(Total hs 160)
<b>Pilar</b>					
Nivel 1	15	7	32	224	1
Resultados 2010	Cantidad de estudiantes	Cantidad de Materias	Cantidad de hs por Materia	Cantidad de hs en total	Cantidad de turnos
<b>Tortuguitas</b>					
Nivel 1	63	9	32	288	3(Total hs 864)
Nivel 2	0	0	0	0	0
<b>Pilar</b>					
Nivel 1	17	8	32	256	1

##### Programa de capacitación y financiamiento a jóvenes empresarios a través de la Fundación Impulsar

Durante 2010, Unilever participó como miembro activo del Consejo de Administración de Fundación Impulsar. A su vez, como ya hemos hecho años anteriores, brindamos apoyo

Resultados

económico para el desarrollo y sostenimiento de la operación e iniciativa "Emprendedor del Año 2010".

Dentro de las actividades realizadas en el año, la Fundación llevó adelante dos concursos en 2 localidades del interior del País, Malargüe en la Provincia de Mendoza, y Rincón de los Sauces en Neuquén. Tarea más que importante para la Fundación ya que ha podido llegar a jóvenes y lugares donde no se había trabajado antes con su programa de capacitación, financiamiento y mentoría.

En 2010, en total se realizaron 22 cursos de capacitación en distintas localidades de la Argentina, a los cuales han asistido más de 528 jóvenes, y se ha otorgado un total de \$ 777.000 en préstamos.

#### **Proyecto Win-Win with the Community**

Hasta diciembre de 2010, donamos a la Red Argentina de Bancos de Alimentos un total de 900 toneladas de productos alimenticios, de higiene y limpieza.

#### **Programa Luzca bien...Siéntase mejor**

Durante 2010 realizamos 106 talleres en las diferentes instituciones donde se implementa el programa, logrando una asistencia de 1.803 mujeres. A su vez, donamos un total de 47.000 productos cosméticos, contribuyendo a crear un espacio de encuentro y acompañamiento con mujeres que atraviesan tratamiento oncológico y comparten la misma situación. Además, contamos con la participación de 40 voluntarias maquilladoras y 45 empresas apoyaron el programa.

	2008	2009	2010
Cantidad de talleres	78	77	106
Cantidad de asistentes	950	1.322	1.803

#### **Herramientas para la lucha contra el hambre ("computadoras para trabajar mejor")**

Durante 2010 donamos 46 computadoras completas, 1 laptop y más de 15 CPU y teclados, que fueron destinados a 13 organizaciones de la Sociedad Civil, instituciones públicas y escuelas de diferentes puntos del país. También asumimos el costo de los fletes para el traslado de equipos al centro de acondicionamiento CETIA.

#### **Maizena: Recetas queridas**

Desde su lanzamiento, la distribución del libro de Maizena se hace de forma gratuita y está disponible para todas aquellas personas que lo soliciten. Además, la comunidad puede conseguir la versión del documento online, ingresando al sitio web de la marca Maizena.

#### **Knorr: Campaña Comer en familia**

Durante 2010 seguimos implementando la campaña de concientización sobre la importancia de promover la mesa familiar como espacio de encuentro. Para ello realizamos una importante difusión en los medios de comunicación y prensa.

#### **Apoyo a campañas del Consejo Publicitario**

Las campañas del Consejo Publicitario Argentino que apoyamos durante 2010, sobre educación y lactancia materna, tuvieron una amplia repercusión en los medios de comunicación.

La campaña educativa logró una importante adhesión en los medios audiovisuales, los que donaron 33.989 segundos en radio y televisión y 8.904 centímetros en diarios y revistas, lo que en conjunto equivale a una donación de más de \$5.500.000.

Por su parte, la campaña por la lactancia materna tuvo donaciones de 68.503 segundos en radio y televisión y 11.724 centímetros en diarios y revistas, superando así los \$12.400.000 en donación por adhesión en los medios. Además, esta campaña fue difundida por medio de la

web [www.nutrited.org](http://www.nutrited.org) , donde recibió más de 22.000 visitantes, y 540.700 hits. A su vez, los folletos de la campaña se repartieron en más de 20 Centros Conin de todo el país.

Logros obtenidos en donación de minutos y espacios en medios de comunicación (1)	Campaña por la Educación	Campaña Lactancia Materna
Radio (en segundos)	15.019	18.352
TV (en segundos)	18.970	50.151
Diarios (en centímetros)	6.682	10.059
Revistas (en centímetros)	2.222	1.665
Equivalente en pesos	Más de 5.500.000	Mas de 12.400.000
(1) Fuente: MONITOR/IBOPE.		

#### Programa de pasantías en Planta Tortuguitas

Durante 2010, 25 estudiantes realizaron sus prácticas en diversas áreas de Unilever Argentina.

	2009	2010
Cantidad de estudiantes	25	25

#### Conociendo Planta La Rioja

Durante 2010 distintas escuelas visitaron Planta La Rioja, involucrando en esta actividad a más de 300 alumnos. Las instituciones que participaron fueron: Escuela Pio XII, Escuela Mariano Moreno, Escuela Gabriela Mistral, Escuela Manuel Fangio, Universidad Nacional de La Rioja y UTN.

#### Negocios Inclusivos

Como parte de este programa, durante 2010 encargamos a RedActivos la producción de todas las cajas navideñas para empleados de la compañía, un total de 6.000 unidades. Además adquirimos 350 eco-bolsas corporativas, las cuales son ecológicas dado que pueden lavarse y reutilizarse.

### PRINCIPIO N 3

### APOYAR LOS PRINCIPIOS DE LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN SINDICAL Y EL DERECHO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA

#### Acciones

#### Nuestro Compromiso o Política

Respetamos la dignidad del individuo y el derecho de los empleados a la libre asociación. Mantenemos buenas comunicaciones con los empleados a través de informaciones brindadas por la compañía y procedimientos de consulta. Al asegurarnos que ellos se encuentren libres para alcanzar y lograr su propio crecimiento personal, su desarrollo y debida recompensa, seguimos fortaleciendo iniciativas que buscan la libertad y el diálogo.

#### Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas

Hemos desarrollado un conjunto de acciones que permiten a cada uno de nuestros empleados desarrollar sus capacidades como líderes y emprendedores. Estas acciones se dividen en dos tipos de programas: Programas de Capacitación, Desarrollo y Educación Formal; y Programas de Mejora en la Calidad de Vida, Salud y Seguridad.

#### Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año

#### Relación con Sindicatos

Contamos con un amplio porcentaje de encuadramiento sindical de nuestros empleados, permitiendo la libre afiliación sindical y el activo involucramiento dentro del marco legal

vigente en nuestro país. Es nuestra filosofía generar espacios de participación, buscando garantizar la igualdad de oportunidades y desarrollo para todos nuestros empleados. Mantenemos un marco saludable de excelentes relaciones con los 8 sindicatos con los cuales estamos vinculados en las distintas regiones del país, con una fluida comunicación y relación constructiva con sus respectivas direcciones. También tenemos una activa participación en Cámaras Empresariales, fomentando el diálogo y la negociación conjunta.

#### **Programas de Capacitación, Desarrollo y Educación Formal:**

##### **Learning Management System (LMS)**

El objetivo consiste en promover soluciones de aprendizaje para desarrollar las capacidades, habilidades y competencias necesarias para el crecimiento personal junto al negocio. LMS es un sistema interactivo y digital de gestión de aprendizaje diseñado para promover y estimular el crecimiento profesional, a través de herramientas que potencian el autoaprendizaje, teniendo en cuenta la diversidad de intereses, perfiles y estilos de aprendizaje. Está disponible para todo el personal.

##### **Plan de Desarrollo Personal**

El objetivo consiste en trabajar sobre el desempeño de los empleados para construir planes que generen oportunidades para desarrollar nuevas habilidades y competencias. Esta iniciativa es una herramienta de diagnóstico que funciona tanto a nivel empleado, como en relación al trabajo en equipo y por áreas, permitiendo construir oportunidades de desarrollo.

##### **Performance Rating (Rating de Desempeño)**

En nuestro negocio necesitamos rendir de manera competitiva tanto en el mercado como individualmente. El Rating de Desempeño nos permite comparar nuestro propio desempeño con el de nuestros pares, para asegurarnos que nuestro rendimiento sea competitivo.

##### **Programas de Becas Universitarias y Postgrados**

El objetivo de esta iniciativa es colaborar con el financiamiento de los estudios universitarios de los empleados de la compañía y promover el desarrollo profesional de nuestro personal, colaborando con el financiamiento de sus estudios de Master, Posgrados y Programas de Especialización. Para ello se asignan becas para carreras profesionales o postgrados de hasta el 50% del costo total. La elección del estudio deberá estar en relación con el plan de carrera que posee el empleado dentro de Unilever.

##### **Terminalidad de estudios en Planta La Rioja**

Este Programa alcanza a los empleados de la Planta que no finalizaron sus estudios primarios. El objetivo es motivar al personal para que complete la escolaridad primaria/secundaria, y brindarles los medios, recursos materiales y pedagógicos para la terminalidad del ciclo (libros, útiles escolares, etc.).

Los integrantes del Programa gozan de flexibilidad horaria para poder concurrir a todas las clases. Una vez aprobadas todas las asignaturas, el establecimiento educativo receptor de la inscripción extiende una certificación. Es importante aclarar que los contenidos de las asignaturas como así también las calificaciones necesarias para la acreditación están alineados a los aprobados a nivel nacional por el Ministerio de Educación.

##### **Culminación Escuela Secundaria en Gualaguaychú**

Con el objetivo de aumentar el nivel educativo de nuestros empleados y promover el autodesarrollo, es que desarrollamos este programa en la Planta Gualaguaychú. Los alumnos cursan y rinden una materia por mes en el Instituto de Estudios a Distancia. Cada materia cuenta con material de estudio que facilitamos desde RRHH, así como también los alumnos cuentan con clases satelitales y acompañamiento tutorial virtual.

	<p><b>Culminación Escuela Primaria en Villa Gobernador Gálvez</b>  La misión del Programa de Culminación de Escuela Primaria es desarrollar en el personal los conocimientos, habilidades y aptitudes que permitan llevar a cabo su trabajo en un contexto de interacción equilibrada con el medio físico y social. La metodología implementada se basa en clases teórico prácticas dentro de la Planta, de 4 horas cada una y cuatro veces por semana. Es importante destacar que existe un programa anual en el que se planifican las actividades para cada uno de los ciclos.  En octubre de 2010 se implementó un programa de culminación de escuela secundaria, mediante la posibilidad de realizar un Bachillerato a distancia con orientación en economía y gestión de las organizaciones. El objetivo del programa es ir incorporando paulatinamente a más personas que tengan pendiente la finalización de la escuela.</p> <p><b>Programas de Mejora en la Calidad de Vida, Salud y Seguridad</b></p> <p><b>1. Beneficios de la Mutual AII (Asociación de Ayuda Mutua):</b>  Consiste en facilitar a todos nuestros empleados, la compra de alimentos y productos de cuidado personal y del hogar a través de una delegación cercana a cada puesto de trabajo, optimizando la utilización del tiempo para favorecer la economía doméstica y el tiempo con la familia. La Asociación de Ayuda Mutua nació en el año 1947, es una de las mutuales con mayor trayectoria en el país, y brinda beneficios tales como: subsidios por nacimientos, 4 Centros de Diagnóstico y Tratamiento, venta de productos de todo tipo, alternativas deportivas, culturales y sociales, turismo y tiempo libre.</p> <p><b>2. Seguridad ocupacional</b>  Realizamos variedad de campañas de prevención de accidentes de trabajo en todas nuestras Plantas y oficinas. A su vez, desarrollamos planes de capacitación como el Programa BBS (Behaviour Based Safety), programa de seguridad basado en comportamientos. También contamos con la “Semana de la Seguridad Vial”, en la cual brindamos recomendaciones de seguridad vial en general a través de folletos, mailing, carteleras e intranet.</p> <p><b>Revista interna</b>  Todos los empleados y los retirados reciben la revista interna que comunica novedades, recibe comentarios y genera actividades para la interacción entre todas las plantas y oficinas.</p>
<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p> <p><b>Relación con sindicatos</b>  En el día a día de nuestra operación, respetamos todas las instancias formales e informales contempladas en cada convenio colectivo, como por ejemplo la elección de autoridades sindicales y los eventos, e incluso adherimos al cronograma de feriados de cada sindicato. Adicionalmente, generamos iniciativas conjuntas para el desarrollo de servicios e infraestructura, como por ejemplo el Plan de Salud Buco-dental en Gualeguaychú (Sindicato Químicos).</p> <p><b>Programas de Capacitación, Desarrollo y Educación Formal:</b></p> <p><b>Learning Management Sistem (LMS)</b>  En 2010 los usuarios contaron con una oferta de capacitación de 37 cursos (entre cursos presenciales y virtuales) los cuales versaban sobre diversas temáticas (Habilidades generales y competencias). Algunos de los cursos llevados a cabo involucraron: Manejo de conflictos,</p>

Técnicas de Presentación, Coaching Skills, Trabajo en equipo, Habilidades de manejo de proyecto, entre otros.

#### Plan de desarrollo Personal

Durante 2010, esta iniciativa alcanzó a 2.400 empleados, brindando información sobre su desempeño y permitiendo construir oportunidades de desarrollo.

Empleados alcanzados por el Programa		
2008	2009	2010
1.500	2.400	2.400

#### Performance Rating (Ranking de Desempeño)

El Programa alcanza a todos los empleados de la compañía, permitiendo objetivar en relación al trabajo realizado en equipo, de forma comparada y a través de una escala de desempeño.

#### Programas de Becas Universitarias y Postgrados

Durante 2010 asignamos un total de 21 Becas de Grado y 12 Becas de Posgrado, beneficiando así a un total de 33 empleados. Esperamos en 2011 poder superar la cantidad de personas beneficiadas por este Programa.

	2008	2009	2010
Becas de Grado	22	29	21
Becas de Posgrado	9	9	12

#### Terminalidad de estudios en Planta La Rioja

Durante 2011, 2 personas participaron de los cursos y en 2011 el programa será re-lanzado para atraer a más participantes.

#### Culminación Escuela Secundaria en Gualeguaychú

A fines de 2010, 2 de nuestros empleados lograron completar su ciclo de estudios y otros 4 continúan en el programa durante 2011.

#### Culminación Escuela Primaria y Escuela Secundaria en Villa Gobernador Gálvez

En 2010 participaron activamente del programa de Escuela Primaria 6 personas, de los cuales ninguno había cursado la escuela primaria antes de comenzar con este programa. Durante las clases todos tienen muy buena predisposición para hacer los ejercicios y actividades y reciben apoyo de parte de sus compañeros y jefes para poder asistir. Este año comenzaron a utilizar la computadora.

#### Programas de Mejora en la Calidad de Vida, Salud y Seguridad

##### 1. Beneficios de la Mutual AII (Asociación de Ayuda Mutua)

El 88% de los empleados forma parte de la mutual. En 2010 la cantidad promedio diaria de personas que compraron en estos locales fue de 620 personas. Para diciembre de 2010, contábamos con 7 delegaciones y una variedad de más de 1100 productos ofertados.

	2008	2009	2010
% de empleados que forma parte de la mutual	90	85	88
Promedio diario de personas que compraron	469	580	620
Variedad de productos ofertados	625	890	1100

##### 2. Seguridad ocupacional

En todas nuestras oficinas y plantas implementamos brigadas y simulacros de evacuación, de los cuales participan todos nuestros empleados.

	<p><b>Revista interna</b>  La Revista tiene una tirada de 6.000 ejemplares y llega a todos los empleados y jubilados. Es una revista trimestral y cuenta con notas sobre todas las acciones de Cono Sur (cluster al que pertenece Argentina). Esta herramienta de integración y diversidad logra que personas de distintos países estén alineadas con la info de la compañía y puedan utilizarla como medio para compartir con colegas de Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay.</p>
--	--

<b>PRINCIPIO N 4</b>	<b>ELIMINAR EL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO</b>
----------------------	--

<b>Acciones</b>	<p><b>Nuestro Compromiso o Política</b></p>
	<p>No utilizamos ninguna forma de trabajo forzado, obligatorio o infantil y tampoco lo permitimos en nuestros proveedores.</p>
	<p><b>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</b></p>
	<p>Trabajamos con nuestros empleados para que desarrollen y mejoren sus habilidades y capacidades individuales.</p>
	<p><b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b></p>
	<p><b>Programa O2:</b> esta iniciativa busca comunicar las iniciativas de vitalidad, flexibilidad y búsqueda de bienestar. Constituye un gran avance en la búsqueda del equilibrio entre la vida laboral y personal de quienes forman parte de nuestra compañía.</p> <p><b>Algunos de los actividades que forman parte de O2 son:</b></p> <p><b>Programa de descuentos</b>  Brindamos a todos nuestros empleados el acceso a una enorme cantidad de descuentos en todo el país, que incluyen una variedad de categorías: turismo, gastronomía, indumentaria, actividades deportivas, entretenimiento, etc. Los beneficios se van renovando constantemente en la página web donde se publican.</p> <p><b>Viernes Flexible</b>  Mediante esta acción, los empleados de las áreas operativas en la oficina central pueden finalizar su jornada laboral todos los días viernes del año a las 13 horas, compensando el horario con una hora más de lunes a jueves. Esta iniciativa refleja el equilibrio trabajo-vida personal al que apunta nuestra misión y estimula el desarrollo del bienestar privado.</p> <p><b>Masajes descontracturantes en oficinas</b>  Esta propuesta nació como una herramienta para estimular el bienestar emocional de nuestros empleados, reducir las tensiones y generar un pequeño espacio de relajación y descanso.</p> <p><b>Jornada flexible</b>  En el afán de crear más espacios para que nuestros empleados puedan conciliar su vida laboral y personal, ponemos a su alcance el beneficio de horario flexible.</p> <p><b>Día de la Familia</b>  Invitamos a nuestros empleados con hijos de hasta 12 años, a pasar un día fuera de la oficina junto a su familia en un parque de diversiones. Anualmente renovamos las ganas de los empleados y familiares para asistir a este día de fiesta, donde disfrutan sin cargo de los juegos e instalaciones.</p>

	<p><b>Vitality space (Sala de Vitalidad)</b>  En las oficinas centrales contamos con la Sala de Vitalidad, un espacio propuesto para que nuestros empleados puedan relajarse y divertirse en distintas pausas dentro del horario laboral. Es una sala que cuenta con distintos elementos de juego y recreación (como Play Station, Metegol, Audio, etc) para fomentar el intercambio informal y las relaciones entre nuestros colaboradores.</p> <p><b>Beneficio de traslado a Plantas y oficinas</b>  Brindamos a nuestros empleados el servicio de charter desde las oficinas o plantas hacia distintos puntos de las locaciones en las que nos ubicamos, como forma de facilitar su traslado, otorgarles una mayor comodidad y ayudarlos a optimizar su tiempo.</p> <p><b>Pausas activas de movimiento en la oficina</b>  Dentro del marco de la misión de Vitalidad, brindamos a nuestros empleados la posibilidad de participar de sesiones de 25 minutos de ejercicios suaves de movilidad y estiramiento. Además de quemar calorías, este tipo de actividades conlleva beneficios que se vinculan con una mejor calidad de vida y repercute en mejor rendimiento laboral.</p> <p><b>Difusión y sponsoreo de carreras de calle</b>  Con el fin de afianzar la cultura de Vitalidad y generar hábitos de desarrollo de actividades físicas, difundimos y sponsoreamos la participación de nuestros empleados en diferentes maratones.</p> <p><b>Programas de salud corporativos</b>  Creemos que es fundamental que nuestros empleados monitoreen su salud para tener una mejor calidad de vida. Es por eso que les ofrecemos la posibilidad de acceder a un chequeo médico en las oficinas o plantas, sin perder tiempo sacando turnos. En todo momento pueden acercarse al servicio médico para que uno de los especialistas de nuestro staff los revise y les brinde, en función de sus necesidades, un listado de estudios para que se dirijan a su centro médico más cercano y hagan un seguimiento con él. Además, contamos con médicos de varias especialidades, para que puedan consultarles todas sus dudas, entre ellos nutricionistas, traumatólogos, dermatólogos y cirujanos.</p>
<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p> <p><b>Programa O2:</b></p> <p><b>Programa de descuentos</b>  En 2010 contratamos un nuevo proveedor de descuentos, lanzando una nueva web con más de 2.000 locales con descuentos en todo el país. Este nuevo programa también incluye descuentos para cenas de cumpleaños, portal de compras on-line, concursos con premios semanales y un sistema de acumulación de puntos a ser canjeados por variedad de productos.</p> <p><b>Viernes flexibles</b>  Este beneficio es muy valorado por nuestros empleados, quienes lo consideran como un gran aporte a su vida personal. Incorporamos esta iniciativa muchos años atrás cuando ésta no era una práctica común en otras compañías, más allá del verano.</p> <p><b>Masajes descontracturantes en oficinas</b>  El beneficio aplica para los empleados que trabajan en las oficinas centrales. La duración de la sesión es de 5 minutos, en el puesto de trabajo y en forma voluntaria. Para aquellos empleados que lo desean, contamos con el apoyo de kinesiólogas para que puedan atenderlos en el servicio médico, solicitando un turno con anticipación.</p>

	<p><b>Jornada flexible</b> Los empleados de Unilever pueden comenzar su jornada laboral entre las 7.30 hs y las 9.30 hs y retirarse entre las 16.30 hs y las 18.30 hs.</p> <p><b>Día de la Familia</b> La participación es masiva, cada año se trasladan alrededor de 4.500 personas desde diferentes puntos del país.</p> <p><b>Beneficio de traslado a Plantas y oficinas</b> En las oficinas centrales, contamos con 9 ramales de charter que cubren 250 plazas confirmadas por los usuarios.</p> <p><b>Pausas activas de movimiento en la oficina</b> Todos nuestros empleados pueden concurrir a las clases de yoga, pilates y estiramiento que se dictan semanalmente en nuestras oficinas.</p> <p><b>Difusión y sponsoreo de carreras de calle</b> Durante 2010 participamos de la organización de la Maratón Solidaria Accenture a beneficio de Fundación Garrahan y a la Cooperadora del Hospital de Niños Dr. Ricardo Gutiérrez. La misma contó con 398 inscriptos que representaron a Unilever, incluyendo a empleados, amigos y familiares. Es destacado el nivel de participación y convocatoria que esta actividad genera todos los años.</p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr style="background-color: #000080; color: white;"> <th></th> <th>2008</th> <th>2009</th> <th>2010</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cantidad de participantes</td> <td>300</td> <td>320</td> <td>398</td> </tr> </tbody> </table>		2008	2009	2010	Cantidad de participantes	300	320	398
	2008	2009	2010						
Cantidad de participantes	300	320	398						

PRINCIPIO N 5	ABOLIR CUALQUIER FORMA DE TRABAJO INFANTIL
<b>Acciones</b>	<p><b>Nuestro Compromiso o Política</b></p> <p>No utilizamos ninguna forma de trabajo forzado, obligatorio o infantil. Esto incluye a nuestros proveedores.</p>
	<p><b>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</b></p> <p>Trabajamos con empleados para que desarrollen y mejoren sus habilidades y capacidades individuales.</p>
	<p><b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b></p> <p><b>Nuestros hijos nos visitan</b> Con el fin de integrar a las familias de los empleados al ámbito laboral, generamos un espacio de intercambio en un ambiente de juegos y diversión como parte del Programa O2. Todos los años, los hijos de nuestros empleados pueden visitar las oficinas y las plantas, y compartir una jornada de actividades recreativas llena de juegos, obras teatrales y la presencia de personajes de dibujos animados.</p> <p><b>Prácticas de verano para hijos de empleados mayores de edad</b> En torno a la preocupación constante por mejorar la calidad de vida de los hijos de nuestros empleados, hemos desarrollado el Programa de Prácticas de Verano. El programa está dirigido a hijos de empleados de entre 18 y 22 años, con estudios en curso en cualquier área de formación, que quieran desempeñar una experiencia de aprendizaje en cualquier área de la compañía a su elección, durante los meses de enero a abril.</p>

	Los objetivos del programa son: brindar a los jóvenes la posibilidad de desarrollar una experiencia que les genere empleabilidad, contribuir con la orientación vocacional, ayudarlos a perder el temor al primer empleo y brindar herramientas para futuras búsquedas laborales. Para ello, se firma un contrato con fines formativos y a su vez, se les asigna un tutor, que generalmente es el jefe del área.							
Resultados	Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía							
	<p><b>Nuestros hijos nos visitan</b> En todas nuestras oficinas, más de 340 chicos asisten cada año a visitar el trabajo de sus padres, alcanzando así una asistencia de más del 90% de los invitados.</p> <p><b>Prácticas de verano para hijos de empleados</b> Durante el verano del 2010, 30 jóvenes realizaron la práctica en las diferentes oficinas y plantas que tenemos distribuidas en todo el país. El objetivo es seguir desarrollando y ampliando este programa durante 2011.</p>							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2008</th> <th>2009</th> <th>2010</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hijos de empleados beneficiados por el Programa</td> <td>25</td> <td>20</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table>		2008	2009	2010	Hijos de empleados beneficiados por el Programa	25	20
	2008	2009	2010					
Hijos de empleados beneficiados por el Programa	25	20	30					

<b>PRINCIPIO N 6</b>	<b>ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN EN MATERIA DE EMPLEO Y OCUPACIÓN</b>
Acciones	<b>Nuestro Compromiso o Política</b>
	Estamos comprometidos con la diversidad en un ambiente de trabajo donde exista confianza y respeto mutuo y donde cada uno se sienta responsable por nuestro desempeño y reputación. Tomaremos, emplearemos y promocionaremos empleados sobre la sola base de las calificaciones y capacidades necesarias para el trabajo a realizar.
	<b>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</b>
	Nos aseguramos de que la diversidad funcione para todos, tanto empleados como consumidores. Nos centramos en construir una cultura inclusiva, asegurándonos de que cada uno se sienta valorado, que pertenezca y que pueda ser diferente sin temor. Contamos con acciones para eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación, fomentando la integración laboral de personas con capacidades especiales. Asimismo, llevamos a cabo diferentes acciones para que tanto los hombres como las mujeres dentro de la empresa puedan desarrollarse profesionalmente, conciliando vida laboral y vida familiar.
	<b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b>
	<p><b>Diversidad como consecuencia</b> En Unilever trabajamos en equipo, donde cada persona pone lo mejor de sí, potenciando, complementando las diferencias y creciendo conjuntamente con la empresa. Respetamos la diversidad con políticas que ayudan a la mujer, en caso de ser madre, a llevar una maternidad plena, brindándoles la posibilidad de conciliar el trabajo con la vida personal. También contamos con beneficios para que los hombres puedan disfrutar su paternidad. Asimismo, contamos con una diversidad generacional, con personas mayores de 40 años que trabajan con jóvenes profesionales, contribuyendo al ámbito laboral al compartir su experiencia con la frescura de los más jóvenes.</p>

	<p><b>Maternidad Part Time: Más tiempo para tu bebé!</b>  En nuestra búsqueda de equilibrar la vida laboral y personal, les brindamos a todas nuestras empleadas, la posibilidad de que posteriormente a la licencia legal puedan trabajar part-time hasta 3 meses. Creemos que es una forma de ayudar a las madres en el proceso de vuelta al trabajo y es un beneficio muy valorado por nuestras empleadas.</p> <p><b>Licencia por paternidad extendida</b>  Desde Unilever creemos que la llegada de un hijo es uno de los momentos más importantes en la vida de nuestros empleados, por eso pueden disfrutar de 7 (siete) días corridos a partir del nacimiento o adopción de su hijo. Consideramos que es un beneficio muy importante para que puedan disfrutar de sus primeros días de vida, sin tener que pensar en las obligaciones laborales. Todos los hombres empleados de Unilever pueden hacer uso de este beneficio.</p> <p><b>Guarderías</b>  Contamos con distintos beneficios que cubren el cuidado de los niños desde el momento en que sus madres vuelven al trabajo hasta la edad de pre-escolar.</p> <p><b>Salas de lactancia</b>  Favoreciendo el equilibrio entre la vida personal y laboral de nuestras empleadas, disponemos en nuestras oficinas centrales y nuestra Planta Tortuguitas de espacios higiénicos y especialmente pensados para ser utilizados en la extracción de leche materna, evitando el uso del baño o espacios no adecuados. De esta forma, fomentamos la lactancia materna en el lugar de trabajo, y alentamos a nuestras empleadas a utilizar este espacio para que se sientan cómodas y tranquilas.</p> <p><b>Talleres para padres</b>  Desde Recursos Humanos invitamos a los empleados a compartir un espacio de encuentro diseñado para compartir y comprender los desafíos y preocupaciones que enfrentan mamás y papás en la educación de sus hijos.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>Resultados</b></p>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p> <p><b>Diversidad como consecuencia</b>  Contamos con niveles similares de ambos sexos, con un crecimiento del número de mujeres en cargos gerenciales en los últimos años.  Durante diciembre de 2010, bajo el slogan “La diversidad nos incluye a todos”, lanzamos una campaña de comunicación con el objetivo de instalar la temática en la organización y mostrar con ejemplos en cifras, cómo en la compañía existe la diversidad. La campaña hizo foco en 3 áreas: diversidad generacional, diversidad de género y diversidad en el aspecto socio-económico.</p> <p><b>Guarderías</b>  Las madres que trabajan en la Planta de Tortuguitas tienen la posibilidad de dejar a sus hijos pequeños en nuestra guardería de Planta. Este beneficio no tiene costo alguno para nuestros empleados y es motivo de satisfacción y tranquilidad para los padres.  Por otro lado, contamos con el servicio de reintegro de guardería, al que pueden acceder todas las madres de las oficinas centrales y de la Planta Pilar.</p> <p><b>Salas de lactancia</b>  En el 2010, el Ministerio de Desarrollo Social de la Ciudad de Buenos Aires reconoció a Unilever por su compromiso con la lactancia materna y por ser un ejemplo de buenas prácticas sociales, otorgándonos una distinción como empresa responsable con la lactancia materna.</p> <p><b>Talleres para padres</b>  En 2010 ofrecimos 10 charlas con diversas temáticas en las oficinas centrales y el resto de las</p>

	plantas, lideradas por profesionales de la Fundación Proyecto Padres.
--	---

<b>PRINCIPIO N 7</b>	<b>APOYAR EL ENFOQUE PREVENTIVO FRENTE A LOS RETOS MEDIOAMBIENTALES</b>
----------------------	---

<b>Acciones</b>	<b>Nuestro Compromiso o Política</b>
	Trabajamos para satisfacer las necesidades de clientes y consumidores de una manera segura desde el punto de vista del medio ambiente, a través de mejoras en el desempeño ambiental de nuestras actividades. Nos comprometemos a mejorar continuamente el manejo del impacto ambiental y, a largo plazo, a desarrollar un negocio sustentable.
	<b>Una descripción breve de nuestros Proceso o Sistemas</b>
	En Unilever todas nuestras operaciones se diseñan contemplando el factor ambiental y se desarrollan dentro del marco de excelencia en el cuidado, la protección y el mejoramiento del medio ambiente.  Con respecto al cuidado del medio ambiente, nuestros objetivos son: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantizar la seguridad de los productos y operaciones en relación al medio ambiente.</li> <li>- Preocuparnos de la misma manera por el medio ambiente en donde operemos.</li> <li>- Desarrollar productos y procesos innovadores que reduzcan los niveles de impacto ambiental y desarrollar métodos de empaque que combinen una protección y presentación efectivas con la conservación de materias primas y la disposición cómoda y apropiada para el medio ambiente.</li> <li>- Reducir los residuos, conservar la energía y explorar oportunidades para re-utilizar y reciclar.</li> </ul>
	<b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b>
<p><b>Salas de Telepresencia y Herramientas de colaboración virtual</b> Implementamos nuevas tecnologías como parte de un marco conceptual que llamamos "Agile Working" (trabajo ágil), por medio del cual ofrecemos la oportunidad de trabajar con la máxima flexibilidad y casi sin limitaciones de lugar y tiempo. El objetivo es aumentar la productividad, reduciendo la necesidad de viajar y sus costos asociados, así como colaborando con el medio ambiente en la reducción de la huella de carbono (en emisiones de CO2). También nos ayuda a lograr un mayor equilibrio entre la vida personal y laboral, resultando totalmente compatible con nuestra orientación hacia una cultura de mayor rendimiento donde todos podemos alcanzar nuestro máximo potencial. La metodología para llevar adelante estas iniciativas fue sobre la base de definir proyectos de alcance global donde toda la compañía se vería alcanzada y beneficiada. Las herramientas que utilizamos son:</p> <p><b>1. Salas de Telepresencia</b> Telepresencia es la tecnología de videoconferencia de alta definición con excelente calidad de audio que permite a los empleados de todo el mundo realizar reuniones con personas a distancia y trabajar juntos como si estuvieran en la misma sala de reunión. El sistema de telepresencia está previsto para calcular la reducción de emisiones de CO2 considerando el número de vuelos de larga o corta distancia que se evitan.</p> <p><b>2. Herramientas de colaboración virtual</b></p>	

Para el caso de las herramientas de colaboración virtual, como son LiveMeeting, Meet-Me y MS-Communicator, se contrataron los servicios y se implementaron los equipamientos centralmente ya con la previsión del alcance global, lo que permitió que se pudiera comenzar desde el inicio por cualquier empleado de la compañía a nivel mundial. Además de telepresencia, el uso de estas otras tecnologías de gestión de trabajo remoto también están contribuyendo a la reducción del impacto ambiental de la empresa al permitir a los empleados de Unilever la posibilidad de trabajar a distancia con colegas de manera efectiva sin la necesidad de viajar. LiveMeeting es un ejemplo; esta tecnología de “conferencia-web” popular se utiliza para la realización de reuniones y presentaciones a empleados dispersos geográficamente a través de Internet.

#### **Programa permanente de reciclado de papel**

El objetivo del Programa consiste en mejorar el cuidado del medio ambiente a través de una política responsable y contribuir a recaudar fondos para apoyar las necesidades de la Fundación Garrahan. En cuanto a su implementación, en primera instancia, comunicamos el motivo del Programa al personal de la compañía, a través de mails, carteleros y afiches ubicados en las cercanías de los cestos contenedores, con el fin de generar una conciencia crítica sobre la necesidad del cuidado del medio ambiente. Luego, colocamos contenedores especiales (diferenciados en su formato y color) en cada una de las oficinas de Unilever para que nuestro personal pueda depositar aquellos papeles a ser desechados, como también máquinas trituradoras de papeles para aquellos de carácter confidencial. Una vez recolectado el material lo donamos a la Fundación del Hospital de Pediatría Garrahan. De esta manera, no sólo buscamos cuidar el medio ambiente sino que además colaboramos solidariamente con una institución benéfica.

#### **Programa de permanente reciclado de plástico**

Trabajamos junto a la Fundación del Hospital de Pediatría Garrahan en la campaña de reciclado de plástico, recolectando tapitas de gaseosas y agua mineral en contenedores especiales en cada una de nuestras oficinas.

#### **Tarjetas de fin de año y bolsas re-utilizables**

En 2010, 6.500 tarjetas de fin de año fueron realizadas en papel reciclado con la estética de la nueva visión de sustentabilidad de la compañía. Las tarjetas fueron diseñadas y producidas por la agencia Estudio 2B y contamos con el apoyo de la red Solidaria. Es importante destacar que la tarjeta fue impresa en papel 100% reciclado para reducir el impacto en el medio ambiente (esta inscripción venía en el dorso de la tarjeta), las cuales estuvieron a disposición de todos los gerentes de la empresa para ser enviadas como saludo de fin de año a contactos externos, clientes, proveedores, socios de negocio, colegas, y otros grupos de interés corporativos tales como gobierno, prensa, fundaciones, cámaras y asociaciones, etc. Las tarjetas tuvieron un costo total de producción de \$35.000.

Además, a través de redACTIVOS, produjimos 350 bolsas re-utilizables para distribuir a grupos de interés tales como gobierno, prensa, fundaciones, cámaras y asociaciones dentro de un Plan de Regalos Corporativos anual. Es destacable la labor de esta organización que brinda oportunidades de trabajo inclusivas a personas con discapacidad.

#### **Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Mendoza**

El objetivo general del Programa es reducir las emisiones de CO2 en un 25% por tonelada de producción en todas las Plantas de Manufactura de Unilever a nivel Global para el año 2012, tomando como base los datos del Reporte de la Performace Ambiental (EPR) del año 2004.

El desafío de Planta Mendoza es aportar a la reducción propuesta por la compañía, desarrollando un plan de acción e implementando prácticas orientadas al ahorro real de todas las energías consumidas.

#### **Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Gualeguaychú**

Continuamos implementando el Programa GHGP (Green House Gases Program) dentro de la Planta Gualeguaychú, desarrollando algunos proyectos de Gestión Ambiental como por ejemplo: paneles solares para calentar agua, chequeo de sensores de luces en el parque, sensores de movimiento en escaleras, cambio de bomba de vacío de empaque, entre otros.

#### **Recolección de agua de lluvia (reservorio) en Planta Gualeguaychú**

Este reservorio permite recolectar el agua de lluvia de toda la superficie cubierta de la Planta y utilizarla en el proceso de producción, con la cual se reduce notoriamente el consumo de agua de red. Tiene base de cemento y está totalmente impermeabilizado, y puede contener hasta 700 m<sup>3</sup> de agua.

Durante 2010 desarrollamos e implementamos un proyecto para mejorar la capacidad y el funcionamiento del reservorio. Este depósito de agua podía contener hasta 700 m<sup>3</sup> de agua, pero el barro de la parte inferior estaba contaminado con hidrocarburos y detergentes. Por lo tanto se requerían diversas acciones:

- Limpieza de barro en efluentes
- Mejora de las condiciones del reservorio para el uso del agua de lluvia en el proceso de SM en lugar de utilización de agua potable.
- Modificaciones en el sistema de bombeo para el llenado del tanque de agua.

Presentamos este proyecto al Departamento de Medio Ambiente correspondiente, a la vez que se realizó la extracción, recuperación biológica y reutilización del lodo contaminado, se preparó la tierra del lago y se instaló una membrana de polietileno de alta densidad. Además, se realizaron las siguientes acciones para poder reutilizar el agua de lluvia en el proceso de SM: instalación de una bomba para llegar al tanque de agua de lavado, establecimiento de procedimientos para el relleno del tanque de lavado con agua del reservorio, adaptación de las condiciones de temperatura de proceso por lotes, capacidad actual del reservorio de 1.200 m<sup>3</sup>.

#### **Programa Elektra en Planta Gualeguaychú**

Es un programa que tiene como objetivo identificar e implementar iniciativas para la disminución del consumo energético, minimizando el impacto del aumento del costo de la energía y reduciendo la generación de CO<sub>2</sub>. Este Programa comenzó en 2008 y a lo largo de este período hemos implementado diferentes proyectos para disminuir el consumo energético.

#### **Business Waste Programs en Planta Gualeguaychú**

Esta iniciativa busca reducir al mínimo la generación de residuos, impulsando el sistema de reciclado y, de esta forma, mejorar la economía del negocio.

#### **Reducción de consumo en iluminación en Planta Gualeguaychú**

Durante 2010 llevamos a cabo numerosas acciones destinadas a reducir el consumo en iluminación en Planta Gualeguaychú. Entre ellas se destacan: instalación de lámparas a Led (muy bajo consumo de energía) e instalación de paneles solares.

#### **Panel Solar**

Estos paneles solares se instalaron en 2008 y tienen como objetivo aprovechar la energía solar transformándola en energía eléctrica, obteniendo un ahorro en el costo energético del 100% y la eliminación del 100% de emisión de CO<sub>2</sub>.

#### **Small Sustainability Actions - Big Diferences en Planta Gualeguaychú**

El Programa tiene como objetivo realizar todas aquellas pequeñas acciones o mejoras que, en la suma de sus resultados reflejen una importante reducción del impacto ambiental.

Se trata más bien de un concepto que se aplica al resto de los programas medioambientales. Las mejoras o acciones realizadas quedan registradas en un documento de la empresa llamado "Lecciones de un Punto Aprendidas".

	<p><b>Proyecto Green en Planta Pilar</b>  Mediante el Proyecto Green diseñamos cuatro equipos de trabajo para abocarnos al cuidado del medio ambiente dentro de la Planta Pilar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo Medusa: fue conformado con la misión de cuidar el agua, concientizando en el manejo de los recursos naturales y promoviendo acciones sustentables dentro de la Planta. Su objetivo es disminuir un 10% el consumo de agua de la Planta para el año 2012.</li> <li>- Equipo Aprovechá tu potencial: cumple con la misión de explorar oportunidades de re-uso y reciclaje, haciendo foco en reducir o eliminar la generación de residuos. Su objetivo es reducir en un 25% la generación de residuos en el período 2010-2012 y concientizar al personal sobre la importancia de la segregación y el control en la generación de residuos.</li> <li>- Equipo Ert: tiene como misión aumentar la eficiencia energética de la Planta. Su objetivo es concientizar sobre el uso eficiente de energía y detectar oportunidades de mejora.</li> <li>- Equipo Aire Puro: fue constituido para cumplir con la misión de minimizar la carga de CO2 y SOx emitida a la atmósfera a partir de la cantidad de combustible. Su objetivo es reducir en un 10% el consumo de combustibles para la generación de vapor en calderas en el año 2011 respecto de igual período 2010</li> </ul>				
<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p> <p><b>Salas de Telepresencia</b>  Desde la primera fase iniciada en agosto de 2007, la huella de carbono de Unilever se ha reducido drásticamente debido a una disminución en el número de vuelos de negocios realizado por los empleados de la empresa. Durante 2010, se estima haber evitado, mediante la tecnología de telepresencia, un total de 9.393 vuelos de larga distancia y 7.313 vuelos de corta distancia, llevando a una reducción de las emisiones de carbono a un estimado de 43.510 toneladas. En la Argentina contamos con nuestra primera sala disponible, previendo contar con una segunda sala para inicios de 2011.</p> <p><b>Herramientas de colaboración virtual</b>  Con más de 40.000 empleados que utilizan la tecnología a nivel global, el ahorro en los gastos de viaje y en emisiones de CO2 resultan más que importantes. Se estima que 70.000 reuniones virtuales se llevaron a cabo durante el año 2008 en todo el mundo con entre tres y cuatro participantes en cada reunión.</p> <p><b>Programa de permanente reciclado de papel y plástico</b>  Como parte de la concientización del personal de la importancia del reciclado y el cuidado del medio ambiente, continuamos con el programa de reciclado de papel y plástico, obteniendo una respuesta favorable por parte de los empleados.  Unilever es una de las 20 empresas que más cantidad de papel ha donado históricamente, alcanzando desde 2000 un total de 321.059 kilos de papel. De esta forma, colaboramos con la protección y cuidado del medio ambiente, ya que con cada tonelada de papel reciclado se evita la tala de 17 árboles medianos que demoran entre 10 y 20 años en crecer. Además, al reciclar papel ahorramos 70% de agua y 45% de la energía, y reducimos la contaminación ambiental. Por su parte, las tapitas de plástico recicladas evitan el uso de petróleo.</p> <table border="1" style="width: 100%; background-color: #FFA500; margin-top: 20px;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"><b>Resultados 2010</b></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Kilos de papel donados desde 2000</td> <td style="text-align: center;">321059 KILOS</td> </tr> </table>	<b>Resultados 2010</b>		Kilos de papel donados desde 2000	321059 KILOS
<b>Resultados 2010</b>					
Kilos de papel donados desde 2000	321059 KILOS				

KILOS TAPITAS DONADAS DESDE 2007	2670 KILOS
Kilos de papel donados en 2010	682 KILOS
Kilos en tapitas donadas en 2010	142 KILOS
Equivalente en árboles según kilos donados en 2010	11 árboles
Equivalente en pesos donados entre papeles y tapitas en 2010	aprox. \$600
<b>Resultados en Planta Tortuguitas 2010</b>	
Kilos de papel donados desde 2009	6561 kilos
KILOS TAPITAS DONADAS DESDE 2009	617 KILOS
Kilos de papel donados en 2010	1673
Kilos en tapitas donadas en 2010	379
Equivalente en árboles según kilos donados en 2010	28 árboles
Equivalente en pesos donados entre papeles y tapitas en 2010	aprox. \$1500

#### **Tarjetas de fin de año y bolsas re-utilizables**

En 2010, realizamos 6.500 tarjetas de fin de año impresas en papel 100% reciclado, las cuales tuvieron un costo de \$35.000. A su vez, adquirimos 350 bolsas re-utilizables a través de la Fundación RedActivos.

#### **Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Mendoza**

Para alcanzar el objetivo planteado se ha desarrollado un plan de acción, estableciendo acciones específicas que contribuyen a la reducción de CO<sub>2</sub> en la planta. Algunas de las acciones son:

- Campañas de concientización sobre ahorro de energía. Se realizaron campañas de concientización, dirigidas al personal de Planta. El objetivo de esta acción es seguir generando conciencia sobre la importancia de ahorrar energía. Las mismas se llevan a cabo con la publicación de afiches en las carteleras de planta.
- Reemplazo de Contactores en Tableros de Energía Eléctrica por Contactores más Eficientes. Se continuaron cambiando elementos de maniobras como contactores de potencia (modelos antiguos) por nuevos elementos, los cuales poseen una mayor eficiencia energética. La modificación nos permitió realizar un ahorro estimado del 8% de energía eléctrica en los circuitos de comandos de potencia.

Tomando como base el año 2004 y 2010, el porcentaje de reducción de CO<sub>2</sub>/Ton obtenido, fue de 27,7 %, superando el objetivo propuesto.

#### **Programa GHGP (Green House Gases Program) en Planta Gualeguaychú**

Para el seguimiento de los resultados de estos proyectos se completó el indicador donde se grafica la cantidad de CO<sub>2</sub> (Kg. CO<sub>2</sub>/Ton de producto terminado) emitido mes a mes. En 2010, respecto del año 2009 reducimos las emisiones en un 3,3%. De esta manera, hasta el año 2010 y en relación con el desempeño en el año 2004 logramos reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> en un 23,9 %.

### Programa Elektra en Planta Gualeguaychú

Desde 2009 a 2010, realizamos los siguientes proyectos asociados al área de Procesos, obteniendo valiosos resultados:

- Aislación de torre de secado: se realizó un estudio termográfico para identificar las zonas con mayores pérdidas de calor a través de la superficie de la torre, y sobre ellas se trabajó para mejorar la aislación. Logrando una disminución del consumo de gas producto del mejor aprovechamiento del calor generado en el horno de la torre.
- Eliminación de pérdidas de vapor: se identificaron y eliminaron las pérdidas en toda la línea de vapor logrando su optimización y disminución del consumo de gas.
- Modificaciones en el orden de adición de ingredientes en el proceso productivo: estas modificaciones permitieron lograr propiedades físicas en la pasta base (pasta líquida viscosa que alimenta la torre de secado para producir polvo base) que redujeron la cantidad de calor necesaria para obtenerla.
- Mejora en la distribución de sistema de sprayado dentro de la torre de secado: esto permitió aprovechar más eficientemente el calor del aire caliente que ingresa a la torre de secado.
- Reemplazo de balastos estándar por balastos electrónicos: se redujo un 40 % en iluminación de tubos fluorescentes.
- Reemplazo de todos los monitores de las PC por LCD.
- Instalación de sensores de movimiento en lugares de baja circulación. De esta manera, se evita mantenerlas encendidas cuando no es necesario.
- Colocación de pulsadores temporizados para iluminación de silos de polvo base para toma de muestras.
- Monitoreo de energía: la instalación de medidores en diferentes sectores de planta.
- Variadores de velocidad: se implementaron en aquellos lugares donde la regulación de los lazos sea por estrangulación
- En aire comprimido colocamos un compresor a tornillo de velocidad variable y obtuvimos un 27% de ahorro.
- Reemplazo de todos los motores mayores a 18 Kw por motores de alta eficiencia.
- Implementamos arranque automático en las bombas de vacío de los robots para que en cambios de formato o referencia se detengan automáticamente.
- Reemplazo de los compresores de descarga de camiones de 7bar por otros de baja presión 2bar. De esta manera, se evita comprimir a una presión más alta y luego bajarla con reguladoras de aire.
- Utilizamos temporizadores de apagado de luces perimetrales automáticos. De esta manera, evitamos encender las luces en distintos sectores los días domingos.
- Arranque automático de las líneas de empaque. De esta manera, se mantienen detenidas cuando no hay circulación sobre las mismas.
- Aumento de la dosificación de noiónico en flexidrum en un 3 %.
- Instalación de termostatos en los tableros Bosch que contienen aire acondicionado y controlar su funcionamiento.
- Implementación de paneles solares con un sistema único en la argentina que introduce en paralelo a la red eléctrica toda la potencia generada (2 KWW).
- Iluminación de escaleras con sensores de movimiento.
- Reemplazo de todas las lámparas de planta por la tecnología de led.
- Prueba piloto en iluminación natural mediante la colocación de equipos solatubes evitando utilizar iluminación durante el día.
- Instalación de termostatos para manejar los ventiladores de extracción de aire caliente
- Modificación en la lógica de nuestro sistema de control: para poder trabajar las dos líneas de posdosado con un solo airlift en momentos de baja producción
- Instalación de un K-tron para dosificar sulfato de sodio a la salida de la torre y aumentar su capacidad.
- Reducción de la humedad de nuestro slurry para reducir la evaporación en la torre y el

consumo de gas.

- Utilización del calor generado por los compresores sullair para calefaccionar empaque en el invierno.

#### **Business Waste Programs en Planta Gualeguaychú**

Durante el 2010 se logro utilizar 38.216 pallet reclasificados en 6 meses de prueba. Evitando la tala de árboles equivalente a 13.4 hectáreas y reducir costos con la reutilización de pallet en la categoría.

#### **Reducción de consumo en iluminación en Planta Gualeguaychú**

Para la implementación de los proyectos se confeccionó un Masterplan donde se señalan los proyectos con su correspondiente contribución a la disminución del consumo de energía y un Plan de acción para coordinar la realización de los proyectos. De esta forma, se hace el seguimiento de consumo de energía general de planta mediante el siguiente indicador: GJoule (Electricidad + Gas + Fuel Oil)/ Tonelada de Producto terminado.

En el año 2010 se alcanzó 1,24 GJ/Ton PT, reduciendo el consumo en un 3,2% respecto de 2009. El objetivo para 2012 es de 1 GJ/Ton PT.

#### **Panel Solar**

Mediante esta acción logramos una reducción consumo de energía de 7042 Kwh.

Lo que equivale a una reducción de CO2 de 715 Ton en el año.

#### **Small Sustainability Actions - Big Diferences en Planta Gualeguaychú**

Las acciones realizadas en la Planta Gualeguaychu incluyeron:

- Eliminación de bolsita de polietileno de cubiertos previo acuerdo de desinfección elementos
- Eliminación del papel cubrebandejas
- Eliminación de vasitos plásticos en todas las cafeteras, reemplazándolos con tazas
- Reducción de impresiones
- Recolección de tapitas para la Fundación Garrahan (23 Kilos en 2 meses)
- Plantación de árboles en eventos
- No generación de residuo filtro debido a la mejora de la recuperación en línea
- Nuevas bombas de salida de efluentes cloacales para reducir DQO y DBO
- Reciclado de filtros para recupero de materiales
- Monte de Frutas y de Frutos (semillas) - 58 árboles
- Eliminación papel metalizado en el queso rallado
- Pantallas de LCD en lugar de tubos catódicos
- Políticas y criterios de diseños en las plantas
- Conversión de residuo de filtro E en materia prima
- Campaña de concientización de no uso de pilas (linternas a cuerda)
- Reemplazo botellas pequeñas de agua por grandes
- Reutilización de agua

PRINCIPIO N 8	PROMOVER MAYOR RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL
<b>Acciones</b>	<b>Nuestro Compromiso o Política</b>
	<p>Trabajamos en conjunto con otros actores para promover el cuidado ambiental, incrementar la comprensión de las cuestiones ambientales y diseminar las buenas prácticas.</p>
	<b>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</b>
	<p>Nuestra preocupación por el medio ambiente va más allá del cumplimiento de las legislaciones, trabajando en la prevención de contaminaciones y en el desarrollo e implementación de programas educativos que fomenten el compromiso con el cuidado ambiental.</p>
	<b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b>
<p><b>Programas en alianza con Walmart:</b></p> <p><b>1. Ecológicos</b>  En alianza con Walmart, acordamos la instalación de stands en distintas sucursales del supermercado (tanto GBA como interior) con el objetivo de incentivar la compra y el uso de productos sustentables, tales como jabón para lavar la ropa líquido SKIP; suavizantes concentrados Comfort y Vivere.</p> <p>La dinámica de la actividad consistió en la exposición de un video explicativo que reflejaba la contribución de cada producto al cuidado del medioambiente y se invitó a participar a los más pequeños a un juego infantil: "el juego de la oca ecológico". En dicho juego, los niños tuvieron la posibilidad de aprender en forma lúdica sobre las pequeñas acciones que se pueden realizar para cuidar el planeta. Como premio por haber participado, se les entregó a cada participante una planta en tela arpillera.</p> <p><b>2. Mes de la Tierra</b>  Durante el mes de Agosto 2010, nos sumamos a la iniciativa de Walmart llamada "Mes de la Tierra". Dicha actividad consistió en la publicación de un flyer, en el que únicamente participaban los productos con sustento ecológico. Nuestra participación se centró en las categorías de Jabón para la Ropa y Suavizantes Concentrados. Junto con la comunicación de la innovación en jabón en polvo, se reforzó el aporte que esta tenía en términos de ahorros de materia prima y energía dentro del proceso productivo.</p> <p><b>3. Bolsas reciclables</b>  Con el objetivo de concientizar a la comunidad sobre el cuidado del medio ambiente, armamos un pack de productos CIF que contenía como regalo una bolsa de friselina reciclable. El mensaje impreso en el pack sobre el cuidado del medio ambiente, incentivó a la utilización de bolsas reutilizables.</p> <p><b>Segregación y reciclaje permanente de residuos en oficinas</b>  El objetivo de esta iniciativa consiste en una responsable gestión de residuos (orgánicos, papel y pet), transmitir a los empleados de la compañía la importancia de seleccionar la basura antes de tirarla para facilitar el reciclado y cómo esto puede ser no solo una práctica beneficiosa para el medioambiente, sino también para la comunidad. Los destinatarios de la campaña son todos los empleados de la compañía en las nuevas oficinas administrativas de Munro y los participantes de Fundación Reciduca.</p>	

	<p><b>Concientización sobre el ahorro de energía</b> Difundimos a través de carteleras, mail y correo interno la importancia del ahorro de energía en las oficinas y en las casas, racionalizando y haciendo más eficiente el uso de los aires acondicionado y el gas. Asimismo, comunicamos sobre la necesidad del ahorro de energía eléctrica en la utilización de computadoras.</p> <p><b>Plan de Uso Racional del Agua en Planta Mendoza</b> Continuamos trabajando en la concientización de nuestros empleados sobre la importancia del agua para la vida y el medio ambiente.</p> <p><b>Día del Planeta en Planta Pilar</b> En 2010 celebramos el Día de la Tierra, un momento perfecto para unirnos y crear nuevas ideas que aceleren el progreso favorable de nuestro ambiente. Este día, y todos los demás del año, resultan ideales para actuar y proteger a nuestro planeta. Así compartimos con nuestra gente la idea de que siempre nos queda algo por hacer en pos de nuestro futuro y el de nuestras próximas generaciones.</p> <p><b>Huella de Agua en Planta Pilar</b> Durante 2010 continuamos informando a nuestros empleados sobre la importancia de la huella de agua y difundiendo consejos de concientización para ahorrar en el consumo de agua.</p>
<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p> <p><b>Programas en alianza con Walmart:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Ecológicos</b> Entregamos 100.000 folletos explicativos con TIPS ecológicos, más de 5.000 plantitas. Esta iniciativa tuvo muy buen nivel de reconocimiento y aceptación por parte del público y del cliente.</li> <li><b>2. Mes de la tierra</b> Dicha innovación estuvo vinculada al programa "Por un planeta más limpio" de Unilever que consiste en ayudar a preservar el medio ambiente a través de nuestros productos. En Walmart además de tener este mensaje en los packs hemos logrado la publicación de este Programa.</li> <li><b>3. Bolsas reciclables</b> Se vendieron un total de 7.500 packs con bolsas ecológicas, permitiendo así vincular a Cif como marca que se ocupa del planeta.</li> </ol> <p><b>Segregación y reciclaje de residuos en oficinas</b> Durante 2010 continuamos con nuestra política de segregación de residuos en oficinas. Los empleados cuentan con tachos diferenciados por colores que les permiten diferenciar sus desechos. Entre 2010 y 2011 reciclamos junto a Fundación Reciduca: 11, 4 toneladas de cartón, 8 toneladas de papel y media tonelada de plástico (PET). Esta ONG, retira los residuos, los lleva a reciclar y con lo recaudado se brindan oportunidades educativas y laborales para jóvenes en riesgo.</p> <p><b>Concientización sobre el ahorro de energía</b> La optimización del uso y funcionamiento de Aire Acondicionados e Iluminación en horarios de trabajo se tradujo en reducciones importantes de consumo. Con respecto a la concientización sobre el ahorro de energía, nos focalizamos en temas como ahorro de agua y de energía eléctrica. Por esta razón, enviamos mensajes sobre el gran volumen de agua que se pierde cuando las canillas gotean, el ahorro de energía con el apagado de computadoras y monitores, la importancia del apagado de las luces al salir de las habitaciones, entre otros. Durante el</p>

	<p>2010 como medida de reducción de consumo, definimos el horario de apagado de Aire acondicionado, a partir de las 18.00 hs.</p> <p><b>Plan de Uso Racional del Agua en Planta Mendoza</b>  La campaña está enfocada en el uso racional del agua en las actividades cotidianas (no dejar correr el agua cuando no es necesario, controlar el goteo de las canillas, etc.) y en buscar nuevas oportunidades de ahorro. Durante 2010 se hizo efectiva la reducción de agua en un 7 %. Además, hemos generado pequeños espacios verdes en la Planta y en los cuales hemos plantado aproximadamente 90 ejemplares de casuarinas (un género de arbustos y árboles) con riego por goteo (otro ejemplo de uso racional del agua).</p> <p><b>Día del Planeta en Planta Pilar</b>  Durante este día, la Plata asumió los siguientes compromisos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apagado de luces de oficinas administrativas.</li> <li>- Sin producción en sector Líquidos ni Deos, por lo cual la cantidad de luces necesarias se vio reducida al mínimo.</li> <li>- Servicios de aire comprimido y aire acondicionado apagados.</li> <li>- La caldera sólo encendida en piloto.</li> </ul> <p><b>Huella de Agua en Planta Pilar</b>  Durante 2011 se trabajará en proyectos que permitan reutilizar el agua consumida en la Planta.</p>
--	---

PRINCIPIO N 9	ALENTAR EL DESARROLLO Y LA DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍAS RESPETUOSAS DEL MEDIO AMBIENTE
<b>Acciones</b>	<p><b>Nuestro Compromiso o Política</b></p>
	<p>Estamos comprometidos con contribuir al desarrollo sustentable porque, en parte, lo concebimos como un imperativo comercial. Después de todo, solamente podremos maximizar el valor de nuestros asociados y prosperar a largo plazo si operamos de forma más sustentable.</p> <p>Utilizamos un enfoque llamado ciclo de vida para evaluar el impacto ambiental de nuestros productos y actividades comerciales. Esto nos permite analizar nuestros impactos y concentrarnos en las áreas en las que podemos hacer nuestra mayor contribución.</p>
	<p><b>Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas</b></p>
	<p>A través del permanente monitoreo de nuestros objetivos y metas ambientales, generamos cambios en nuestra tecnología, procedimientos, materias primas y packs, en pos de la protección y mejora del medio ambiente. Además, a través del sistema de gestión implementado, basado en la certificación ISO 14.001, tenemos como meta la identificación, evaluación y el control de los distintos aspectos e impactos ambientales.</p>
	<p><b>Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año</b></p>
<p><b>Buenas prácticas agrícolas en Planta Mendoza:</b></p> <p><b>1. Participación en Asociación Tomate 2000</b>  El objetivo de la asociación es hacer sustentable la producción de tomate mediante un paquete tecnológico que aporta al productor nuevas técnicas bajas en insumos y optimización</p>	

	<p>de los recursos suelo y agua.</p> <p><b>2. MIP- Manejo integrado de nutrientes</b> Apuntamos a disminuir la contaminación de suelos y napas mediante un minucioso análisis de la composición nutricional del suelo, aplicando así a los cultivos solamente la cantidad necesaria de nutrientes.</p> <p><b>3. Convocatoria Anual de Productores</b> Se busca direccionar u orientar al proveedor hacia prácticas agrícolas sustentables. Se da cuenta al proveedor de materia prima el proceso, haciendo que se sienta parte del mismo, y se remarcarca el porqué de las exigencias de calidad. Las disertaciones estuvieron enfocadas en "Calentamiento Global", a concientizar sobre las emisiones de gases invernaderos, dar a conocer pautas para mitigar; "Compass Sustentabilidad", se mostró la nueva dirección del negocio de Unilever para que los proveedores conozcan hacia donde apunta la compañía; "Políticas de calidad", residuos de pesticidas, especificaciones de materia prima. Además se invitó al INTA, que dio pautas para la producción de cebolla, se trató de una charla técnica sobre el manejo adecuado del cultivo.</p> <p><b>4. Agua para riego</b> En Mendoza proveemos indirectamente de agua para riego a los productores agrícolas de la zona, a través del vuelco de agua al cauce público desde nuestra Planta de Tratamiento para uso comunitario, certificada por el Departamento General de Irrigación.</p>
--	--

<b>Resultados</b>	<p><b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b></p>							
	<p><b>Agua para riego en la Planta Mendoza</b> En 2010 volcamos al cauce público aproximadamente 190.000 m3 de agua desde la Planta de Tratamiento en Mendoza, bajo los parámetros legales establecidos por el Departamento General de Irrigación de la provincia de Mendoza. Con el caudal volcado al cauce público, se pueden regar 40 hectáreas de cultivos perennes (vid u olivos) o 24 hectáreas de cultivo de vegetales (ajo, cebolla, tomate, zapallo, etc..).</p> <table border="1" data-bbox="240 1328 1449 1400"> <thead> <tr> <th></th> <th>2008</th> <th>2009</th> <th>2010</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>m3 de agua volcada al cauce público</td> <td>189.976</td> <td>133.036</td> <td>189.743</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Buenas prácticas agrícolas en Planta Mendoza:</b></p> <p><b>1. Participación en Asociación Tomate 2000.</b> En 2010 se trabajó en esta asociación con 8 productores de tomate.</p> <p><b>2. MIP- Manejo integrado de nutrientes.</b> Se exigen rigurosos análisis de suelo a cada cultivo y se estableció un plan de fertilización para el cultivo.</p> <p><b>3. Convocatoria Anual de Productores</b> Asistieron 53 personas entre proveedores encargados de finca y familiares más 11 personas de planta.</p>		2008	2009	2010	m3 de agua volcada al cauce público	189.976	133.036
	2008	2009	2010					
m3 de agua volcada al cauce público	189.976	133.036	189.743					

PRINCIPIO N 10	TRABAJAR CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS,
----------------	--

**INCLUIDAS EXTORSIÓN Y CRIMINALIDAD****Nuestro Compromiso o Política**

Esperamos que todos los empleados de Unilever eviten actividades personales e intereses financieros que puedan entrar en conflicto con sus responsabilidades hacia la compañía. Nuestros empleados no deben buscar lucrar en beneficio personal o para terceros haciendo mal uso de su posición.

En Unilever no damos ni recibimos, ya sea en forma directa o indirecta, sobornos u otras ventajas indebidas para obtener alguna ganancia comercial o financiera. Ningún empleado puede ofrecer, dar o recibir regalo o pago alguno que se pueda interpretar como una coima.

Cualquier pedido u ofrecimiento de soborno debe rechazarse inmediatamente e informarse a la gerencia. Los informes sobre contabilidad de Unilever y los documentos que los avalan deben describir y reflejar con precisión la naturaleza de las transacciones que les dieron origen. No se establecerá ni mantendrá ninguna cuenta, fondo o activo secreto o no registrado.

**Una descripción breve de nuestros Procesos o Sistemas**

Para velar por nuestros principios, desarrollando nuestros negocios en forma ética, contamos con un Código de Principios de Negocios y con un Comité de Ética compuesto por Directores de diferentes áreas de la empresa y miembros del Directorio.

El Código de Principios de Negocios define los valores de la empresa y la forma en la cual los empleados se relacionan interna y externamente con todos los grupos de interés. Estos valores toman vida en las decisiones y acciones cotidianas tomadas en el desarrollo de los negocios.

En cuanto a la implementación del Código, y los procedimientos necesarios para su resguardo, contamos con una línea telefónica que se encuentra activa los 365 días del año las 24 horas. Por este medio se puede denunciar cualquier caso de violación del Código de forma anónima y confidencial. Una vez recibida la denuncia, ésta es investigada por las áreas Corporativas, RRHH, Legales y Auditoría quienes presentan al Comité de Ética el caso con mayores detalles y la confirmación de su veracidad.

El Comité de Ética es el responsable de analizar el caso - sea de corrupción, conflicto de intereses o cualquier incumplimiento al Código - y decidir su veredicto. Éste se reúne en forma periódica y de forma extraordinaria si un caso particular lo requiere. A su vez, en caso de que la denuncia involucre actores externos a la empresa, acudimos a las autoridades gubernamentales o judiciales competentes para su resolución.

**Actividades emprendidas en el último año / planificadas para el próximo año**

Parte fundamental del cumplimiento del Código es el conocimiento del mismo. Para ello desarrollamos campañas de concientización entre nuestros empleados utilizando herramientas de marketing modernas con comunicaciones novedosas y diferenciadas (vía e-mail, cartelera, intranet), de manera que el Código sea percibido por los empleados como un documento vivo, esencial en el desarrollo de las actividades, y no como una mera formalidad.

En relación específica con el principio 10 del Pacto Global, trabajamos en la concientización del concepto de integridad comercial relacionado directamente con los sobornos y actos de corrupción.

Seguimos contando con la línea telefónica a través de la cual los empleados de la empresa denuncian casos de violación del Código. Por su parte, las áreas correspondientes realizan las

Acciones

	investigaciones pertinentes, las cuales son luego analizadas por el Comité.
<b>Resultados</b>	<b>Medición de resultados (esperados) y valor agregado a nuestra compañía</b>
	<p>El Código de Principios de Negocios se ha entregado a todos los empleados, y se realizan periódicos contactos informativos, a fin de garantizar su estricto cumplimiento. Conocerlo, comprenderlo y cumplirlo es requisito obligatorio de todos los empleados de la Compañía.</p> <p>El Comité de Código, que nos ayuda a poner en práctica el Código de Principios de Negocios y revisar nuestro comportamiento, se reunió cada mes durante 2010 y estuvo disponible para cuestiones extraordinarias. La línea telefónica funcionó en forma ininterrumpida las 24 horas todos los días del año. Las campañas periódicas de comunicaciones internas contribuyeron a consolidar la comprensión y adhesión a sus principios.</p>

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

La información relativa a nuestra "Comunicación sobre el Progreso" puede encontrarse en [www.unilever.com.ar](http://www.unilever.com.ar)