



Programa de Donaciones como Proceso Sustentable

Partenariado/ Alianzas; Contribución a la comunidad

Breve descripción de la empresa

Unilever Argentina

Unilever es líder dentro del conjunto de empresas que proveen productos de consumo masivo. Hace más de 80 años que está en la Argentina, y cuenta con dos grandes unidades de negocio: Cuidado Personal/Limpieza del Hogar y Alimentos.

En la Argentina emplea a más de 4.500 personas. Tiene 6 plantas productivas y un centro de distribución, garantizando 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.

Unilever 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.

Esta convicción se ve reflejada en su misión “agregarle vitalidad a la vida” que se lanzó como un concepto integrador que atraviesa todas las acciones de la empresa para satisfacer la creciente demanda de marcas responsables en las que confiar para una vida más sana.

La tendencia mundial en la que los consumidores, 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, se satisface desde la misión de vitalidad, sobre la que se apoyan todas las acciones de la Compañía.

Causas que motivaron la implementación de la acción

Unilever es una de las compañías que lidera el negocio de los alimentos a nivel mundial. Es por esta razón que, en el marco de nuestra estrategia de Sustentabilidad y comprometidos con el desarrollo social, apuntamos a trabajar en temáticas relacionadas con la lucha contra el hambre.

El mundo produce alimentos suficientes para que ningún niño muera por desnutrición, sin embargo casi 1 billón de personas padecen de malnutrición. Cerca de 750 millones sufren de deficiencia yódica. Entre 8 y 10 millones enfrentan la deficiencia de vitamina A y 400.000 niños mueren cada año por ello.

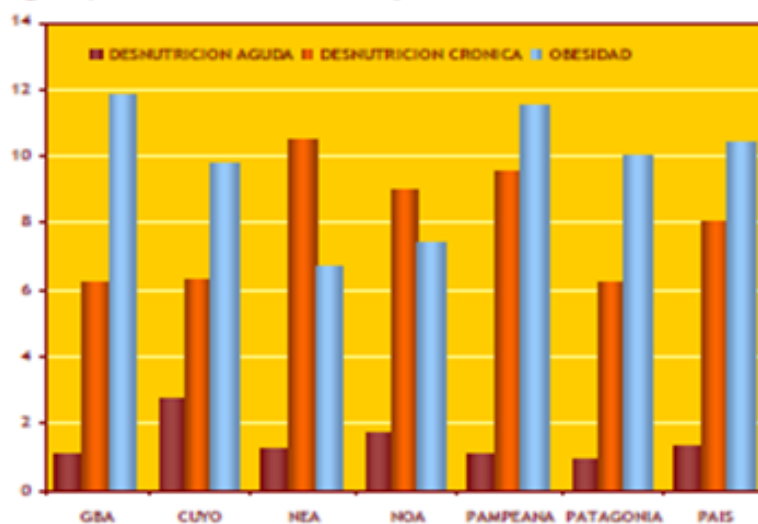
En la Argentina las cifras son alarmantes: 2,1 millones de personas no tienen ingresos para cubrir sus necesidades alimentarias. Las estadísticas reflejan que sólo en el Gran Buenos Aires, 382 mil niños viven en hogares que no cuentan con los ingresos necesarios para darles una alimentación



adecuada. Asimismo, es importante mencionar que en 2 de cada 3 tres hogares pobres, algún familiar experimenta hambre y reduce su consumo de alimentos por falta de recursos.

Se trata de un problema real que afecta a millones de habitantes de nuestro país y tiene graves consecuencias sobre los niños y adolescentes. Según la Organización para la Agricultura y la Alimentación de Naciones Unidas, la Argentina produce comida suficiente para alimentar a 442 millones de personas. Esto demuestra que, sin duda no se trata de un problema de disponibilidad de alimentos, sino de falta de acceso a éstos por parte de los sectores más pobres de la población.

Proporción de niños de 6 a 60 meses con desnutrición aguda, desnutrición crónica y obesidad



Fuente: Ministerio de Salud de la Nación

Concientes de este contexto y de la situación de emergencia social que atraviesa el país, en Unilever, buscamos hacer un aporte que logre mejorar la calidad de vida de las poblaciones en situación de riesgo.

A través de nuestro Programa de Donaciones como Proceso Sustentable, buscamos colaborar con aquellos que trabajan cotidianamente para mejorar esta realidad y para ello centralizamos el destino de donación de nuestros productos en un sólo conjunto de entidades, la Red Argentina de Bancos de Alimentos. De esta forma optimizamos la forma de entregar nuestros productos y nuestra lucha contra el hambre.

La Red Argentina de Bancos de Alimentos 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.

La alianza con esta organización, no sólo nos brinda la posibilidad de contribuir al desarrollo social sino también de reducir el impacto ambiental generado por la empresa. De acuerdo con una



investigación realizada recientemente por expertos de la Universidad de East Anglia, en Inglaterra, las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) han crecido en casi un tercio desde la década pasada y la Tierra está perdiendo su habilidad para absorber los gases invernadero. En Unilever tenemos en cuenta estos factores y por eso gestionamos nuestro negocio de forma responsable. Al donar aquellos productos que no van a ser comercializados, canalizamos alimentos que de otra forma serían destruidos. De esta forma, desechamos una menor cantidad de productos y logramos disminuir las emisiones de dióxido de carbono emitidas en todo el proceso.

TARGET

Principales Objetivos

Objetivos

Fabricamos y comercializamos alimentos y productos de limpieza e higiene que millones de personas del mundo disfrutan todos los días. La salud y la alimentación son el corazón de nuestro negocio y una responsabilidad que tomamos muy en serio. Somos una compañía que contribuye con las comunidades donde opera, mediante el otorgamiento de donaciones en especie que intentan satisfacer las necesidades diarias de nutrición, higiene y cuidado personal y que, en el marco de la misión de la empresa, ayudan a que la gente se sienta bien, se vea bien y aproveche más la vida.

En Unilever, centralizamos el destino de las donaciones de nuestros productos a través de la Red Argentina de Bancos de Alimentos, cuyo foco estratégico coincide con el núcleo de nuestro negocio.

Los Bancos de Alimentos son organizaciones sin fines de lucro que ayudan a reducir el hambre, solicitando la donación de alimentos aptos para el consumo, almacenándolos y distribuyéndolos entre organizaciones de ayuda comunitaria: comedores, hogares de niños, hogares de ancianos y apoyos escolares. Además estas instituciones llevan adelante distintos proyectos orientados a mejorar la gestión de las organizaciones y la calidad de los servicios (ej.: talleres de capacitación en higiene, manipulación y conservación de alimentos; clases de cocina).

La Red Argentina de Bancos de Alimentos agrupa a los bancos existentes en el país, localizados en Buenos Aires, Córdoba, Goya, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Neuquén, Salta, Tandil, Tucumán, Valle de Uco y Virasoro. Actualmente existen iniciativas para crear nuevos bancos en 13 localidades más.

La alianza de Unilever con esta organización, nos permite definir los responsables, criterios y procedimientos de las donaciones que lleva a cabo la empresa. En nuestra compañía seleccionamos a las personas que pueden ocupar su tiempo laboral en el trabajo de donaciones para que este procedimiento se cumpla en tiempo y forma.



Buscamos así, optimizar la activación, registro y unificación de las



donaciones, para asegurar la no destrucción de los productos elaborados por la compañía, minimizando costos y maximizando el impacto en las comunidades en las que estamos insertos.

Objetivos de la Red de Bancos de Alimentos

1. Mitigar el problema del hambre y la desnutrición de Argentina.
2. Promover la creación de nuevos Bancos de Alimentos.
3. Asistir, capacitar y trabajar junto a los Bancos de Alimentos en la asistencia alimentaria y en programas de desarrollo humano vinculados a la alimentación.
4. Coordinar los intercambios de excedentes de alimentos entre los Bancos del país.
5. Representar a los Bancos de Alimentos a nivel nacional e internacional.
6. Auditar a los Bancos de Alimentos para asegurar el cumplimiento de los procedimientos.
7. Reducir al mínimo posible el descarte de productos alimenticios que son aptos para consumo humano aunque no puedan ser comercializados.

Alcance

Nuestro Programa de Donaciones como Proceso Sustentable, se aplica en todo el territorio de la República Argentina, en todas aquellas comunidades donde operan los Bancos de Alimentos. Además, es una actividad interdisciplinaria donde todos los sectores de la compañía están involucrados en el circuito de donaciones y en especial las áreas de Distribución y de Asuntos Públicos & Comunicaciones (AP&C), en su carácter de centralizador y evaluador de todos los pedidos recibidos.

ACCIÓN

Descripción de las medidas tomadas

Desarrollo e implementación

En 2004 comenzamos a forjar nuestro vínculo con la Red Argentina Bancos de Alimentos y, durante 2007, formalizamos un acuerdo con esta organización a través de un documento donde se especifica la Política de Donaciones de la empresa. Establecimos una serie de criterios internos y externos, que facilitan la tarea conjunta y guían el comportamiento de cada una de las partes. De esta forma, logramos dar un paso más en nuestro compromiso asumido en la lucha contra el hambre y además aseguramos que la institución centralizadora de las donaciones, cumpla con los principios del negocio de Unilever.



El proceso de donaciones, como cualquier actividad de la compañía, es un trabajo en equipo que busca hacer eficiente el esfuerzo de muchos sectores de la empresa que confluyen en el Centro de Distribución dentro del Parque Logístico Norte (PLN), en Tortuguitas.

Las donaciones son, en su mayor parte alimentos que por algún motivo no pueden ser comercializados, pero que están en óptimas condiciones para su consumo. Todos los productos a 60 días de vencimiento son informados con 15 días de anticipación (es decir 75 días antes de la caducidad) al área de Logística de Unilever.

La donación siempre tiene un costo inferior a la destrucción (en la ponderación del costo de destrucción se toma en cuenta no sólo los costos en dinero, sino también costos intangibles como la valoración de la imagen de la compañía, etc.) .De esta forma, garantizamos la mayor eficiencia en el proceso y la redirección de nuestros productos por parte de organizaciones especializadas en el tema.

Circuito de las donaciones

El circuito de donaciones de la empresa fue elaborado durante 2007, luego de analizar los procedimientos que podían implantarse en la empresa teniendo en cuenta el contexto en el cual trabajaba y distribuía las donaciones, y las alianzas con organizaciones argentinas que desarrollaban iniciativas alineadas al negocio de Unilever. Así fue que a fines de 2007 el circuito de donaciones quedó sistematizado en la Política de donaciones de Unilever Argentina, el cual se implementa a partir de ese momento.

A medida que el área de Asuntos Públicos & Comunicaciones (AP&C) determina las donaciones a realizar, comunica a la Red Argentina Bancos de Alimentos el envío próximo de los productos, incluyendo las cantidades, códigos y tipo de paletización, siempre relacionadas al existente en el Centro de Distribución de Unilever.

Desde nuestro Centro de Distribución salen camiones completos de donaciones que van directo al Banco de Alimentos de Buenos Aires y, desde allí, se acercan al resto de los Bancos que se encuentran en las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Córdoba, Mendoza, Neuquén, Corrientes y Buenos Aires.

Circuito de donaciones sistematizado





Así, los Bancos de Alimentos reciben y almacenan los productos donados, conforme a las normas sanitarias en vigencia, y los reparten prudentemente entre las instituciones comunitarias previamente incorporadas en la Red.



Es preciso mencionar que el envío de los productos a la Red Argentina de Banco de Alimentos es responsabilidad de Unilever. Luego, la Red tiene a su cargo la comprobación del estado de recepción y mantenimiento de los productos, como condición para el buen trabajo conjunto. Una vez corroborado el envío exitoso y su recepción, Unilever ingresa los datos en el Registro de Donaciones elaborado para sistematizar las donaciones realizadas.

Otras de las funciones de la Red en el proceso de donaciones

Las funciones de la Red incluyen la auditoria y capacitación de los bancos, coordinación del intercambio de mercadería, logística, comunicación, evaluación de impacto, creación de nuevos bancos, promoción de políticas públicas y alianzas para potenciar las donaciones de alimentos. Esta entidad, cuenta con una estructura óptima para mantener productos en perfecto estado y distribuirlos a los destinatarios finales antes de su vencimiento, para que sean consumidos con anterioridad a la fecha de caducidad.

Otra de las fortalezas de la Red Argentina de Bancos de Alimentos es la transparencia en su gestión. Los Bancos de Alimentos mantienen sistemas informáticos de contabilidad que les permiten informar a Unilever y a otras empresas donantes, el destino y la fecha de entrega de cada alimento donado.

Esta institución realiza, dos veces al año, una rendición de cuentas a Unilever, exhibiendo el destino final de las donaciones realizadas por la empresa.

Por otra parte, un equipo de asistentes sociales y voluntarios de la Red visita a todas las organizaciones beneficiarias cada 6 meses para asegurar que las mismas cumplan con los requisitos de higiene y almacenamiento de las donaciones y para fortalecer el vínculo con éstas.

Colaboración con el medio ambiente

De esta forma, al donar productos a los Bancos de Alimentos, contribuimos al cuidado del medio ambiente, desechando una menor cantidad de productos y disminuyendo la liberación de dióxido de carbono a la atmósfera. Los Bancos son una herramienta transparente y eficiente de



distribución de alimentos, y también permiten reducir el impacto ambiental producido por la compañía.

Día Mundial de la Alimentación

El 16 de octubre de 2009, Día Mundial de la Alimentación, lanzamos con el Banco de Alimentos de Buenos Aires un concurso de plástica dirigido a más de 500 organizaciones receptoras que luchan contra el hambre. En esta misma fecha, un grupo de empleados de la compañía que trabajan en la donación de productos con el Banco de Alimentos cerró una reunión para reforzar el trabajo conjunto.

Asimismo, aprovechamos la fecha para involucrar a nuestra gente en la lucha contra el hambre. Los empleados recibieron información especial sobre el proyecto para generar un compromiso más concreto en una segunda etapa:

1. Web: nota actualizada en la home de la web de Argentina que explica cómo trabajamos con la Red y el Banco de Alimentos.
2. Banner en Intranet de Argentina linkeando a la nota de la .com.ar.



RESULTADOS

Resultados obtenidos

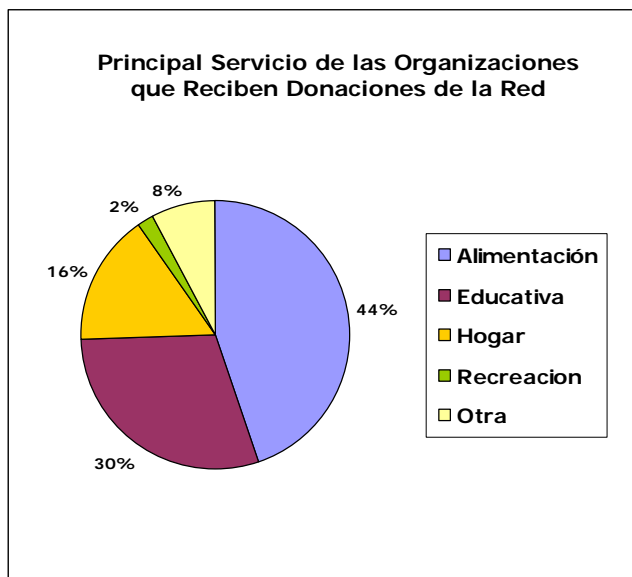
Beneficiarios

Los Bancos de Alimentos distribuyen alimentos entre 1.070 organizaciones que contribuyen con la nutrición y el desarrollo de 160.000 personas, en su mayoría niños que viven en situación de indigencia. Dentro de los beneficiarios se encuentran comedores, jardines maternas, centros comunitarios, hogares de ancianos y otras organizaciones que dan de comer a personas necesitadas.

Aunque casi la mitad de las organizaciones asistidas por la Red de Bancos de Alimentos son comedores, el 80% de ellas provee algún otro servicio además de la entrega de alimentos.



Estos servicios complementarios incluyen apoyo escolar, recreación, deportes, asistencia médica y psicológica, talleres de arte, música, computación y capacitación laboral, entre otros.



Resultados de las donaciones de 2008-2009

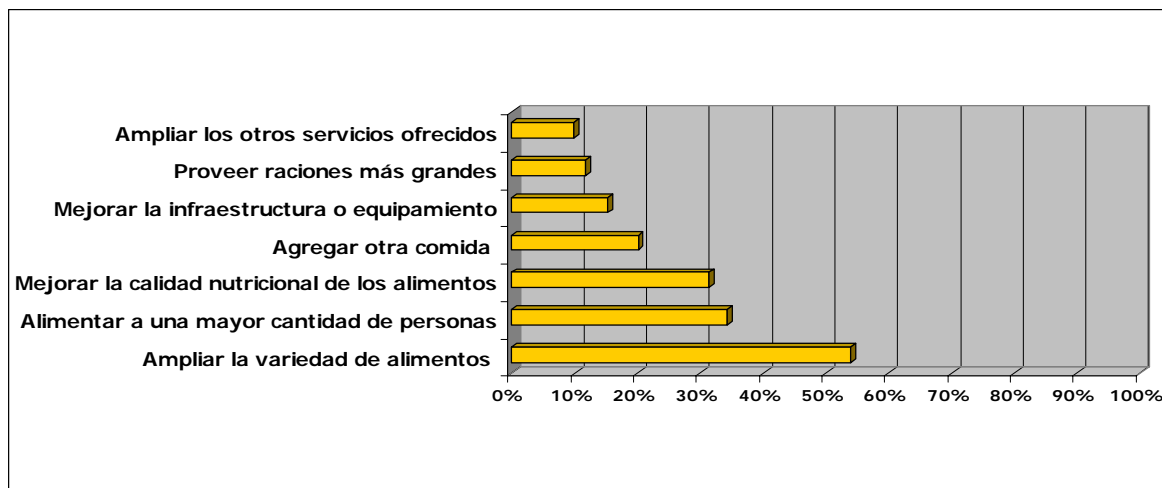
Esta alianza nos ha brindado la posibilidad de redistribuir más de 1.400.000 kilos de productos que llegan en tiempo y forma para alimentar a los que más necesitan.

Los Bancos de Alimentos distribuyeron en 2008, 4.5 millones de kilos de alimentos. De este total, aportamos 590.000 kilos de productos, que fueron destinados a 138.223 personas.

En 2009 contribuimos al Banco de Alimentos Buenos Aires con más de 400.000 kilos de productos en alimentos, y 90.000 kilos de productos de higiene y limpieza.

Sin duda, la alianza con la Red Argentina de Banco de Alimentos, nos permite contar con un vehículo inteligente que hace más sencilla nuestra tarea integral de donación. El impacto y contribución de esta entidad es muy significativo:

- El 88% de las organizaciones ha visto reducir sus gastos al retirar alimentos de los Bancos de Alimentos.
- A partir de las donaciones de los Bancos, las organizaciones han podido:



Encuesta de impacto social de la Red Argentina de Bancos de Alimentos

Los bancos de alimentos son una importante fuente de alimentos para las organizaciones comunitarias.

Una encuesta de percepción de impacto realizada a comienzos de 2009 por la Red Argentina de Bancos de Alimentos sobre una muestra de organizaciones beneficiarias indicó que el 88% de las mismas había reducido sus gastos por las donaciones de los bancos de alimentos.

Por su parte, el 34% afirmó que las donaciones les habían permitido incrementar la cantidad de personas asistidas, mientras que el 50% manifestó haber podido ampliar la variedad de alimentos servidos y el 30% logró mejorar la calidad nutricional de sus raciones.

Estos resultados evidencian que los bancos de alimentos representan un ejemplo de cómo implementar un programa de distribución de alimentos de manera eficiente y transparente, logrando mejoras en la provisión de servicios sociales a las familias pobres.

Conclusiones finales

El hambre y la desnutrición tienen un impacto a largo plazo. Los niños mal nutridos, particularmente en los primeros años de vida, tienden a sufrir más enfermedades y a tener un desarrollo cognitivo menor, lo cual resulta en una menor productividad e ingreso cuando son adultos.

Por lo tanto, asegurar la nutrición y la salud de los niños constituye un elemento esencial en el combate de la pobreza.



Las posibilidades de aumentar la cantidad de alimentos que distribuyen los bancos dependen fuertemente del compromiso asumido por las empresas. Por esta razón, en Unilever mantenemos una estrecha relación con estas organizaciones, a través de las cuales canalizamos nuestros esfuerzos en beneficio de la comunidad.

A su vez, esta relación nos permite sistematizar y transparentar el proceso de donaciones que realiza la compañía para mejorar la calidad de vida de las personas, nutriendo el éxito del negocio, sin incurrir en costos adicionales.

Desafíos futuros

En el transcurso del último año una serie de factores asociados con la crisis económica han generado nuevos desafíos para las organizaciones comunitarias. Entre estos factores se incluyen el aumento en el precio de los alimentos, el aumento del desempleo y las presiones sobre las finanzas públicas. Nuevos desafíos para las organizaciones significan nuevos desafíos para Unilever.

Además, desde hace más de un año, la Red Argentina de Bancos de Alimentos ha percibido un incremento en la demanda de asistencia alimentaria de las familias. Tiene una lista de espera de 300 organizaciones que cumplen con las condiciones para recibir alimentos, pero no pueden ser incorporadas por falta de donaciones.

Sabemos que los Bancos de Alimentos tienen que crecer mucho para poder ayudar a cubrir el déficit alimentario de la población. Por eso, desde Unilever nos proponemos como objetivo para el 2010, fortalecer nuestra relación con la Red Argentina Bancos de Alimentos y generar sinergia para hacer frente a la lucha contra el hambre.

La pasión por la vitalidad, la salud y la nutrición está en la esencia de Unilever y continuaremos trabajando para desarrollar nuevos productos que logren que la comida esté al alcance de todos en todo el mundo.