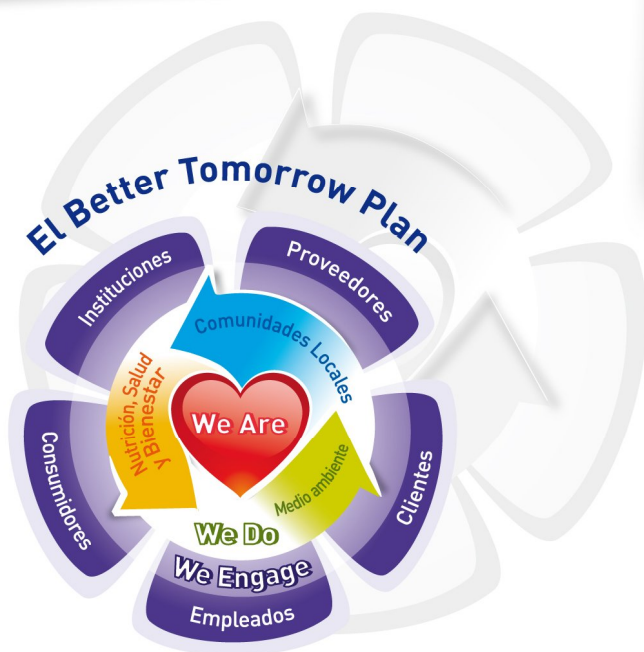




1 de marzo 2011

## Revista de Progreso de la Ciudadanía Corporativa



**El Better Tomorrow Plan es el plan de Sodexo para un futuro mejor.**

**El Better Tomorrow Plan :** tres prioridades, 14 compromisos y un viaje hacia adelante que incluye a 80 países, 34.000 centros y 380.000 colaboradores.

# Reconocimientos Externos

## MIEMBRO DE

---

PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

LEA MÁS EN:

[WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Nuestro SRI rankings y premios

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

---

### ■ CLASIFICACIONES DE LAS INVERSIONES SOCIALMENTE RESPONSABLES (SOCIAL RESPONSIBLE INVESTMENT)

- Por sexta vez, Sodexo fue nombrado Líder Global de Sector 2010 en su sector industrial "Restaurantes, Hoteles, Bares y Servicios Recreacionales", por el "Dow Jones Sustainability Index" (DJSI).
- Desde el año 2005 al 2007 y nuevamente en el año 2009, Sodexo fue nombrado "Global Supersector Leader" por su sector industrial ("Travel and leisure") por el "Dow Jones Sustainability Index" (DJSI).
- Sodexo fue incluido en el "Sustainability Yearbook" de 2011 y recibió dos distinciones de parte de SAM: Sector Leader 2011 y Gold Class 2011.
- Dentro del Índice Covalence desde Febrero del 2010; Sodexo está entre las mejores empresas éticas.
- Sodexo está dentro del Índice Ethibel de Excelencia desde Julio del 2010.
- El Grupo también ha sido seleccionado para ser incluido en diferentes índices:
  - El índice ASPI EUROZONE (VIGEO) desde 2004.
  - El índice DJSI World e índice DJSI STOXX desde el año 2005.
  - El índice ECPI Ethical Euro desde el año 2008.
  - El índice de Responsabilidad Corporativa de Business in the Community (BITC) desde el año 2007.

### ■ PREMIOS DEL GRUPO

- Nombrada una de las compañías más éticas por el Ethisphere Institute por segundo año consecutivo.
- Sodexo ocupa el segundo puesto en el TOP 50 de *DiversityInc* por diversidad e inclusión.
- Por tres años consecutivo, manteniendo su lugar N° 3 en el Global Outsourcing 100, publicado por la Internacional Asociación de Outsourcing Profesionales (IAOP).
- Ganó el premio "2010 Euro FM Award" en "Socios sin Fronteras" categoría por su asociación con Procter & Gamble.

## CONTENIDOS

■ Acerca de Sodexo .....	02
■ Declaraciones de la Dirección Ejecutivas .....	03
■ El Better Tomorrow Plan .....	04
■ Datos clave del Año Fiscal 2010 .....	05
■ Proceso de Implementación .....	06

<b>PERFORMANCIAS</b> .....	08
■ Desempeño .....	09
■ Reporte de Iniciativa Global (GRI): .....	13



### WE ARE

■ Nuestros Fundamentos .....	17
■ Integridad en los Negocios .....	19
■ Derechos Humanos .....	20
■ Trampolín para Colaboradores .....	21
■ Diversidad & Inclusión .....	22
■ Salud & Seguridad .....	23
■ Gobierno corporativo .....	24



### WE DO

Tres prioridades y 14 compromisos .....	25
---	----

#### ■ Promover activamente Nutrición, Salud y Bienestar

Soluciones de Salud y Bienestar .....	27
Opciones de comida variada y balanceada .....	29
Azúcar, sal y grasas .....	31

#### ■ Apoyar el desarrollo de las Comunidades Locales

Iniciativa STOP Hunger .....	34
Desarrollo de las Comunidades Locales .....	36
Productos certificados con sello de comercio justo .....	38

#### ■ Medioambiente

El código de conducta de la cadena de abastecimiento .....	41
Productos Locales, estacionales y cultivados de manera sustentable .....	43
Marisco Sostenible .....	45
Equipamiento y suministros sostenibles .....	47
Energía y Emisiones .....	49
El Agua y sus Efluentes .....	51
Residuos Orgánicos .....	53
Los residuos no orgánicos .....	55



### WE ENGAGE

Nos grupos de interés .....	58
Nos Colaboradores .....	59
Nos Clientes .....	60
Nos Consumidores .....	61
Nos Proveedores .....	62
Instituciones .....	63

<b>NUESTRAS PUBLICACIONES</b> .....	64
-------------------------------------	----

## ACERCA DE ESTE INFORME

Nuestra Revisión sobre el Progreso de la Ciudadanía Corporativa está en su sexto año consecutivo de publicación (desde 2005). En este informe, buscamos ofrecer a los grupos de interés una visión más detallada sobre la manera en que estamos llevando nuestros desafíos de responsabilidad corporativa. Este informe abarca todas las operaciones de Sodexo en el mundo y cubre el periodo comprendido entre el 1 de Septiembre de 2009 hasta el 31 de Agosto de 2010. Todas las referencias a "Sodexo" o a "nosotros" se refieren al Grupo Sodexo.

### CONTACTO

Grupo Sodexo  
Departamento de Ciudadanía Corporativa  
255 Quai de la Bataille de Stalingrad  
92866 Issy-les-Moulineaux cedex  
Francia

[bettertomorrow.group@sodexo.com](mailto:bettertomorrow.group@sodexo.com)

[www.sodexo.com](http://www.sodexo.com)



# Acerca de Sodexo

## Perfil

### Calidad de vida diaria al servicio del desempeño

La calidad de vida diaria, juega un importante rol en el progreso de las personas y en el desempeño de las organizaciones. Basado en esta convicción, Sodexo sirve como socio estratégico a compañías, instituciones y autoridades locales quienes hacen hincapié en el desempeño y bienestar de los colaboradores, ha sido desde que Pierre Bellon fundó la compañía en 1966. Compartiendo la misma pasión por el servicio, los 380.000 colaboradores de Sodexo, en 80 países alrededor del mundo, diseñan, gestionan e implementan un incomparable despliegue de **soluciones globales de servicio de calidad de vida diaria a través de tres actividades:**

- Soluciones de Servicio On-site,
- Soluciones de Motivación, y
- Soluciones a la persona y a domicilio.

## SOLUCIONES DE SERVICIO ON-SITE

El rango de servicios para nuestros clientes comprende:

- Desde la recepción hasta el manejo de activos (scanners médicos y equipos de laboratorio),
- Desde la restauración hasta la gestión de la construcción,
- Desde el mantenimiento de centros de datos hasta actividades de ocio, como cruceros
- Desde tareas domésticas hasta servicios de rehabilitación en centros penitenciarios.

Nuestras soluciones están disponibles en ocho segmentos de clientes: Corporativo e Industrial, Defensa, Centros Penitenciarios, Sitios remotos, Salud, Seniors, Educación y Deportes & Ocio.

### CIFRAS CLAVE

- 95% de los ingresos del Grupo
  - 14,585 millones de euros en ingresos consolidados
- Fuente: Sodexo

Un líder en Soluciones de Servicio On-site en la mayoría de sus mercados

## SOLUCIONES DE MOTIVACIÓN

Sodexo se asocia con organizaciones públicas y privadas para diseñar, gestionar e implementar Soluciones de Motivación que en tres categorías de servicio:

- **Beneficios para colaboradores** atraer, construir lealtad y compromiso entre sus colaboradores.
- **Incentivos y Fidelización** para ayudar a las organizaciones a alcanzar sus objetivos cualitativos y cuantitativos.
- **Ayudas Públicas** para administrar y supervisar la distribución de ayuda y subsidios.

El Pass, diseñado por Sodexo para servir a una variedad de propósitos desde el transporte y comidas hasta regalos y formación, es aceptado por una red de más de 1 millón de suministradores y proveedores de servicios en todo el mundo.

### CIFRAS CLAVE

- 5% de los ingresos del Grupo
  - 12.5 billones de euros términos de volumen
  - 689 millones de euros en ingresos consolidados
  - 380,000 clientes (excluyendo servicios personales)
  - 27 millones de beneficiarios
  - 1.1 millón de socios afiliados
- Fuente: Sodexo

Un líder mundial en Soluciones de Motivación

## SOLUCIONES A LA PERSONA Y A DOMICILIO

El Grupo diseña e implementa Soluciones personales y a domicilio para mejorar la calidad de vida diaria de todos. Estas soluciones están divididas en cuatro principales categorías de servicio:

- **Cuidado infantil.**
- **Clases particulares, formación para toda la vida.**
- **Servicios de conserjería.**
- **Cuidado de personas mayores.**

A través de estas soluciones, Sodexo contribuye al desarrollo de niños, adolescentes, adultos y personas mayores.

## Sodexo en resumen

→ 15,3 billones de euros en ingresos consolidados  
→ 380.000 colaboradores  
→ 34.000 centros operando  
→ 80 países  
→ 50 millones de consumidores servidos a diario  
→ 2° empleador más grande en Europa  
→ 21° empleador más grande del mundo  
Cifras del 31 de Agosto de 2010  
Fuente: Sodexo

No. 1 global en la mayoría de sus mercados

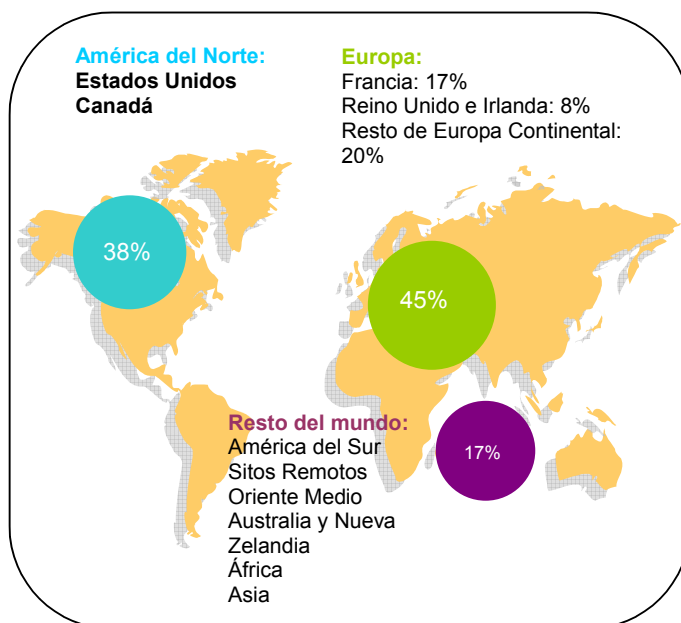
## INGRESOS POR SEGMENTO

### Soluciones de Servicio On-site

Empresas	34%
Educación	22%
Salud	20%
Sitios remotos	8%
Senior	6%
Defensa	3%
Centros penitenciarios	2%
<b>Soluciones de Motivación</b>	<b>5%</b>

En base a un volumen de 12,5 billones de euros

## INGRESOS POR ZONA GEOGRÁFICA



# Declaraciones Ejecutivas de:

## Michel Landel

Presidente Ejecutivo y Miembro de la Junta Directiva de Sodexo  
Presidente del Comité Ejecutivo  
Fundador de la Asociación STOP Hunger

Desde la creación de Sodexo por parte de Pierre Bellon en 1966, nuestra misión es doble: mejorar la calidad de vida de 50 millones de personas a las cuales servimos cada día, y contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de las ciudades, regiones y países en los que operamos.

Los valores han sido siempre una clave de nuestra cultura. Nuestra evolución se ha basado en una fuerte filosofía y respeto por los valores éticos y humanos, los cuales unen a todos nuestros equipos y forman la base de nuestro compromiso con la ciudadanía corporativa.

Nuestro compromiso a largo plazo y la constancia de nuestros esfuerzos de sostenibilidad, han dado como resultado nuestro reconocimiento como líder global **en sostenibilidad en nuestro sector** de mercado. Estamos orgullosos de ser reconocidos en el 2010 y por sexto año como líder global en nuestra industria por el "Dow Jones Sustainability Index" (DJSI). Este ranking nos impulsa a continuar con nuestros esfuerzos para mejorar el desempeño financiero, económico, social y medio ambiental.

Como una compañía global, Sodexo está en una fuerte posición para dar una respuesta práctica a los retos de sostenibilidad y para hacer una contribución significativa como ciudadano corporativo. En el año 2009, para elevar la compañía al siguiente nivel de desempeño, definimos **el Better Tomorrow Plan**, nuestra nueva hoja de ruta global de ciudadanía corporativa para el Grupo Sodexo. Aplicable en **80 países**, en los **34.000 centros** de nuestros clientes y comprometiendo a nuestros **380.000 colaboradores**, El Better Tomorrow Plan es un viaje con hitos de progreso para los años 2012, 2015 y 2020, construido sobre una sólida base de iniciativas que ya han sido comprometidas en nuestros países anfitriones.

Me complace transmitir los resultados de nuestras actividades para este año fiscal 2010 en la revisión sobre el progreso de la ciudadanía corporativa. Agradezco a todos quienes han ayudado a hacer de este año un éxito. Estoy seguro que juntos haremos un mañana mejor para todos nuestros grupos de interés y para las generaciones que vendrán.

Atentamente,

FIRMA



## Damien Verdier

Vicepresidente Ejecutivo del Grupo, Jefe de Marketing  
Retención de Clientes, Marketing de la Oferta, Cadena de Suministro y Desarrollo Sostenible

Con el lanzamiento del **Better Tomorrow Plan**, nuestro desarrollo económico, social y medioambiental se ha convertido, más que nunca, en centro de nuestros planes de negocios y decisiones. Vemos nuestras metas de sostenibilidad como algo intrínseco a nuestra estrategia y a los ambiciosos compromisos que hemos hecho como parte de nuestro Better Tomorrow Plan guiando las acciones de todos nuestros colaboradores.

Un año después de haber implementado, **los objetivos que establecimos para 2009-2010 han sido alcanzados con éxito.**

1. Hemos desarrollado un sistema sólido de gestión, construido en base a la experiencia y sólidos conocimientos de nuestros senior Management.
2. Para facilitar el conocimiento de nuestro Plan, lanzamos un plan de concienciación interno y externo que ha contribuido a comprometer a nuestros grupos de interés.
3. Hemos llevado a cabo el primer proceso de inventario a escala mundial para establecer nuestra línea de base. Las respuestas a una encuesta en los centros, nos ha permitido inventariar **más del 50% de los centros más relevantes en más de 50 países, que representan el 95% de los ingresos del Grupo** para nuestras actividades de Soluciones de Servicio On-site.
4. Partiendo del inventario base, cada país define sus objetivos y prioridades para alcanzar los hitos a los que se han comprometido en el plan a través **del mapa de ruta del país.**

En marzo de 2010, **la Fundación World Wildlife Fund (WWF) y Sodexo**, firmaron un acuerdo para trabajar conjuntamente en temas de interés mutuo en relación al medioambiente y cadenas de suministros. Esto comenzará con mariscos y pescados, agricultura, agua y energía y se focalizará en promover prácticas medioambientales y sostenibles en la cadena de suministro. Tenemos un acuerdo de tres años para dedicarnos a esta y otras áreas clave de cadena de valor a través del mundo.

Les invito a explorar la revisión del progreso en las áreas de ciudadanía corporativa y los aliento a unir fuerzas con nuestros 380.000 colaboradores para ayudar a construir un futuro mejor.

Sinceramente,

FIRMA



# El Better Tomorrow Plan

El Better Tomorrow Plan es el plan de Sodexo para un futuro mejor, con tres prioridades, 14 compromisos y un viaje hacia adelante que incluye a 80 países, 34.000 centros y 380.000 colaboradores.

Sodexo es reconocido como el líder global de sostenibilidad en su sector de mercado.

Para pasar al próximo nivel de desempeño, en el año 2009 definimos una hoja de ruta global de ciudadanía corporativa para el Grupo Sodexo: El **Better Tomorrow Plan**. Este compromiso de ciudadanía corporativa es primordial en el mapa estratégico de **Ambición 2015** de Sodexo.

Aplicable en nuestros **80 países**, en nuestros **34.000 centros** de clientes y comprometiendo a nuestros **380.000 colaboradores**, el Better Tomorrow Plan es un viaje con unas metas claras para el 2012, el 2015 y el 2020, que está construido sobre una sólida base de iniciativas a las que ya se han comprometido nuestros países anfitriones.

Con el fin de preparar el desarrollo de este mapa de ruta, hemos consultado exhaustivamente con grupos de interés internos y externos para mejorar nuestras ambiciones, basándonos en sus opiniones y expectativas.

En consecuencia, este plan persigue tratar las materias que hemos identificado como sustanciales para nuestros mercados y accionistas. Este Plan comprende **tres pilares centrales**:

■ **WE ARE (Somos)**: los fundamentos que constituyen la piedra angular de una empresa responsable.

■ **WE DO (Hacemos)**: tres prioridades con 14 compromisos para la acción:

- Promover activamente la Nutrición, Salud & Bienestar
- Apoyar el desarrollo de las Comunidades Locales
- Proteger el Medioambiente

■ **WE ENGAGE (Contratamos)**: diálogo y acciones conjuntas con nuestros grupos de interés.



# Datos clave del Año Fiscal 2010

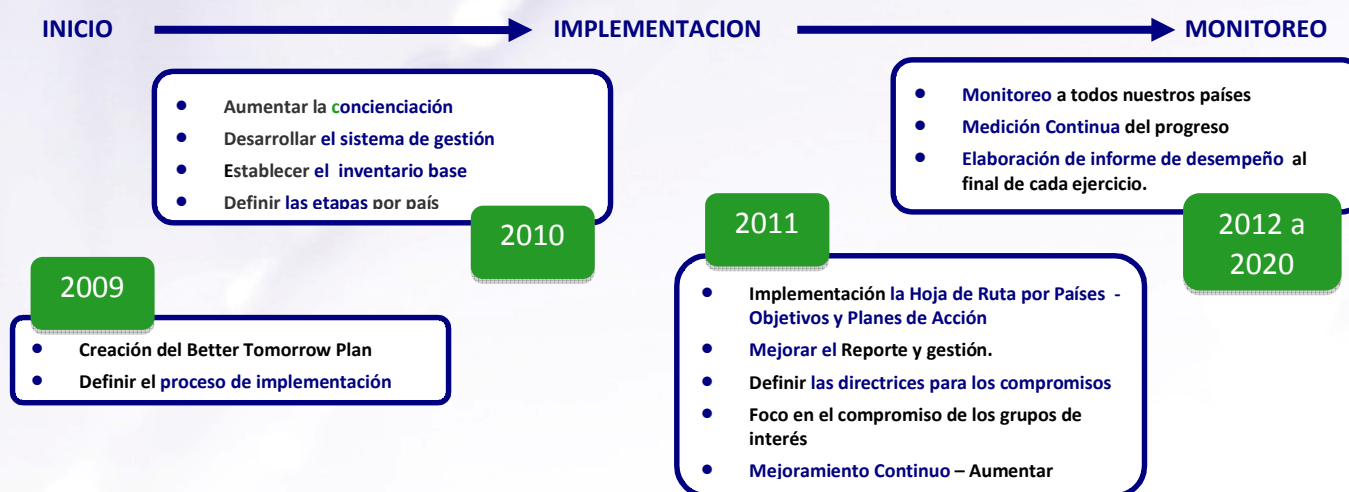
## 2009

- **Septiembre 2009:** Sodexo es reconocido por cuarta vez como un **Líder Global Supersector** por el “Dow Jones Sustainability Index” (DJSI).
- **Noviembre 2009:** lanzamiento del **Better Tomorrow Plan**, un nuevo mapa de ruta estratégico para la Ciudadanía Corporativa.
- **Diciembre 2009:** se publica el **Informe de Ciudadanía Corporativa** por sexto año consecutivo (desde 2005).

## 2010

- **Enero 2010:**
  - Para ayudar a implementar el Better Tomorrow Plan, Sodexo crea **una organización dedicada a ello**, comprometiéndose a un “Comité Directivo”: que es la Oficina Central de Gestión de Proyectos, Líderes en materias específicas (designados para liderar grupos de trabajo) y Better Tomorrow Champions (designados en cada país).
  - Sodexo lanza **un inventario con el desarrollo de sus prácticas sostenibles** en sus 34.000 centros a nivel mundial.
- **Febrero 2010:**
  - Por tercer año consecutivo, Sodexo fue distinguido en el Sustainability Yearbook de 2010 publicado por la agencia Sustainability Asset Management (SAM) como **2010 SAM Sector Leader** y con el reconocimiento **2010 SAM Gold Class**.
  - Por primera vez, Sodexo pasa a ser parte del **Índice Covalence** en la categoría “Viajes y Ocio”.
- **Marzo 2010:**
  - Sodexo firma un **acuerdo global con la Fundación “World Wildlife Fund” (WWF)** para trabajar en forma conjunta en temas relativos a medioambiente y cadena de suministros.
  - Sodexo entra en el ranking de las **Empresas Más Admiradas** de la revista *FORTUNE*.
- **Abril 2010:**
  - 39.000 colaboradores de Sodexo en 28 países, se movilizaron en el **Servathon STOP Hunger** recolectando más de 175 toneladas métricas de alimentos.
  - Para facilitar la implementación del Better Tomorrow Plan por parte de sus colaboradores, Sodexo crea un módulo de **e-learning** en 7 idiomas, **pósters de la campaña** en los centros y **un set de herramientas con materiales de comunicación**.
- **Mayo 2010:** Sodexo es nombrada **una de las empresas mundiales más éticas** por el Instituto Ethisphere, por segundo año consecutivo.
- **Junio 2010:** Sodexo refuerza su bebida caliente “Aspretto” oferta sostenible y de comercio justo, la cual ha sido implantada en el mundo a través de asociaciones con proveedores.
- **Julio 2010:**
  - Sodexo ocupa el **primer lugar** en el DiversityInc 2010 dentro de las **Mejores 50 Compañías para la Diversidad** en Estados Unidos.
  - Sodexo comienza a ser parte del **Índice Ethibel Excellence**.
- **Agosto 2010:**
  - Moviéndose desde la estrategia a la acción con la definición de los **mapas de ruta por países** con objetivos y etapas para los próximos años.
  - Sodexo y la Coalición de Trabajadores Immokalee, una organización de trabajadores de granjas, firmaron un acuerdo justo de alimentos para mejorar los salarios y condiciones de trabajo en Florida en los campos de tomates.

# Proceso de Implementación



## ¿QUÉ SE HA CUMPLIDO EN EL AÑO FISCAL 2010?

Los objetivos propuestos para el proceso de implementación del Better Tomorrow Plan Año Fiscal 2010, han sido alcanzados exitosamente.

### ■ AUMENTAR LA CONCIENCIACIÓN

Para facilitar la concienciación de nuestros 380.000 colaboradores, lanzamos un plan de formación y concienciación interna y externa.

- **E-learning** – una innovadora plataforma para presentar el Better Tomorrow Plan con un curso de formación de 16 minutos de duración, que incluye preguntas en línea. Se encuentra disponible en siete idiomas (francés, inglés, español, chino, alemán, portugués Brasileño e italiano) y busca dar a conocer lo esencial del Better Tomorrow Plan para todos nuestros administradores alrededor del mundo. Al final del Año Fiscal 2010, más de 5.000 colaboradores de Sodexo, en 42 países han sido formados.
- **Afiches** – 50 diferentes banners y afiches promocionando simples gestos se han puesto a disposición de todos por nuestros equipos de operaciones para implementar en los centros.

- Presentación del plan y casos de **negocio a los senior managers** durante los encuentros del **Comité Ejecutivo**, sesiones de Mundo Sodexo, reuniones SEED (Sustainability Education and Expert Development) y otras más. La concienciación de los ejecutivos facilita la información en cascada del plan a los equipos de administradores en todo el mundo.
- Cartas, conferencias de prensa y comunicados para **audiencias externas**.

### ■ DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN

- **Comité Directivo:** Un Grupo del Comité Directivo para el Better Tomorrow Plan, presidido por Damien Verdier (Vicepresidente Ejecutivo del Grupo – Jefe de Marketing, Cadena de Abastecimiento, Retención de Clientes, Desarrollo Sostenible), constituido por 11 miembros de diferentes continentes, negocios y funciones. El Comité Directivo, provee la estrategia global y hace seguimiento a los progresos que se llevan a cabo. Se reúnen virtualmente una vez al mes vía videoconferencia y una vez cada 6 meses en un encuentro físico.

#### **Damien VERDIER**

Vicepresidente Ejecutivo del Grupo  
Jefe de Marketing  
*Retención de Clientes, Marketing de la Oferta, Cadena de Abastecimiento y Desarrollo Sustentable*

#### **Neil BARRETT**

Vicepresidente del Grupo,  
Group Desarrollo Sustentable  
(Desde el 1 diciembre de 2010)

#### **Marie-Line BEAUCHAMP**

Vicepresidente, Responsabilidad Social Corporativa  
*Sitios remotos y Asia-Australia*  
(Desde el 1 diciembre de 2010)

#### **Laurent COUSIN**

Vicepresident Senior del Grupo,  
Marketing de la Oferta, Investigación & Desarrollo  
*Soluciones de Servicio On-site*

#### **Marcia DUARTE**

Director Administrativo de Cadena de Suministro  
*Centro y Sudamérica*

#### **Thomas JELLEY**

Administrador de Ciudadanía Corporativa, Comunicaciones Corporativas Sodexo  
*Reino Unido e Irlanda*

#### **Yorelle KALIKA**

Director de Estrategia  
*Sodexo Europa*

#### **Dolores LARROQUE**

Director de Comunicaciones y Apoyo a Relación con Accionistas  
*Grupo de Desarrollo Sustentable*

#### **Roshith RAJAN**

Administrador Apoyo de Proyectos  
*Grupo Desarrollo Sustentable*

#### **Lesley SANDER**

Director de Desarrollo Sustentable y Métrico  
*Grupo Desarrollo Sustentable*

#### **Marie-Hélène SICARD**

Director de Marketing  
*Sodexo Francia*

#### **Arlin WASSERMAN**

Vicepresidente, Sustentabilidad y Responsabilidad Social Corporativa  
*Sodexo Norte América*



- Un Better Tomorrow Plan **central PMO** ("Central Project Management Office") con seis miembros, coordina y hace seguimiento de las actividades relacionadas con el Better Tomorrow Plan alrededor del mundo. La central PMO regularmente discute y consulta con los diferentes departamentos – incluyendo Marketing, Cadena de Abastecimiento, Grandes Cuentas Internacionales, Comunicaciones, Recursos Humanos, Retención de Clientes y Estrategia – para facilitar la concienciación del plan.
- **Campeones** del Better Tomorrow Plan: 80 campeones de países que provienen de varios negocios y funciones, apoyan la implementación del Better Tomorrow Plan en cada país donde Sodexo tiene presencia. Ellos son el primer punto de contacto dentro del país en relación a todos los tópicos del plan. Los Champions son miembros de la gestión senior del país, quienes tienen el potencial para implementar, influenciar y hacer seguimiento. Los campeones y la central PMO trabajan conjuntamente para alcanzar los compromisos del Better Tomorrow Plan.
- **Grupos de Trabajo de contenidos claves:** Seis Líderes de Grupos de Materias Importantes lideran **nueve grupos de trabajo de contenidos claves** donde 7 a 10 expertos en cada grupo de trabajo trabajan de forma conjunta en las materias del Better Tomorrow Plan.
- Un **Grupo de Desarrollo del Trabajo** de ocho expertos, provee lo necesario para la definición de los KPI (Key Performance Indicator) y para medir y monitorear el progreso e impacto de los indicadores para cada compromiso. Hay una cercana integración entre cada uno de los nueve Subject Matter working groups y el Grupo de Desarrollo del Trabajo. El grupo de Desarrollo del Trabajo lanza la colección de campañas de inventario, analiza los inventarios recolectados, define la línea de base para el país/grupo y lanza el proceso de planificación del mapa de ruta del país.
- La existente **herramienta de monitoreo online de Sodexo, CITIZEN**, actualiza las mejoras para reflejar el Better Tomorrow Plan. Las mejoras han ayudado a Sodexo para organizar mejor, administrar y monitorear las iniciativas de desarrollo sostenible llevadas a cabo alrededor del mundo. CITIZEN es un almacén central para el manejo, administración del conocimiento y comunicación para todas las entidades y sus colaboradores, con 771 usuarios, con **más de 1.100 iniciativas** de más de **60 países** registrados, que representan el 99% de los ingresos del Grupo.

## ■ ESTABLECER EL INVENTARIO BASE.

- Llevamos a cabo una exhaustiva **campana de recopilación de inventario** para nuestros países anfitriones y centros significativos alrededor del mundo para definir la línea de base del Better Tomorrow Plan para el año fiscal 2009. La campaña involucró dos niveles de recopilación: desde países y desde centros. En general, las respuestas a la encuesta de centros nos han permitido inventariar **más del 50% de los centros relevantes en más de 50 países, que representan el 95% de los ingresos del Grupo** para nuestras actividades de Soluciones de Servicio On-site. La línea de base consolidada a nivel global de acuerdo a los resultados de cada país, nos proporciona una comparación con nuestra situación existente en lo que se refiere a los compromisos tanto para el Grupo Sodexo como para cada país en el que Sodexo opera.

## ■ DEFINIR ETAPAS POR PAÍS

- Partiendo del inventario base establecido, cada país define sus objetivos y prioridades para alcanzar los hitos comprometidos en el plan a través de la **hoja de ruta del país**. Cada país define sus objetivos para cada compromiso desde ahora hasta 2012-2015-2020, con un conjunto concreto de planes de acción para ser alcanzados durante el próximo año fiscal (2011).

## NUESTROS PRÓXIMOS PASOS PARA EL AÑO FISCAL 2011

### ■ IMPLEMENTAR MAPAS DE RUTA POR PAÍS – OBJETIVOS Y PLANES DE ACCIÓN

- Cada país se mueve des **de la estrategia a la acción** implementando un conjunto concreto de planes de acción definidos en los mapas de ruta de los países.

### ■ MEDICIÓN DE DESEMPEÑO, INFORMES Y GESTIÓN

- El progreso de la implementación de los planes, es medido para cada país anualmente.
- Análisis de los datos consolidados de la recopilación del inventario de los años previos para descubrir tendencias y patrones en los negocios, geografía, segmentos, compromisos y sus interrelaciones
- Identificar la definición del impacto de los KPIs para medir el impacto de las acciones implementadas.

### ■ DEFINIR LAS DIRECTRICES PARA LOS TEMAS DEL BETTER TOMORROW PLAN

- Los grupos de trabajo de contenidos clave definen estándares y directrices para los respectivos temas. Trabajan estrechamente con el WWF (como parte de la sociedad Sodexo-WWF, donde WWF aporta experiencia técnica) para definir estándares y directrices en los tópicos de energía, agua, pescados y mariscos y agricultura sostenible.
- Los grupos de trabajo de contenidos clave en medioambiente llevan a cabo un estudio de medidas de huellas.

### ■ PROCESOS DE COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

- Comprometer a varios de nuestros grupos de interés con el Better Tomorrow Plan.

### ■ MEJORA CONTINUA – AUMENTAR LA CONCIENCIACIÓN Y DESARROLLO DE SISTEMAS DE GESTIÓN

- Revisión anual y actualización de los mapas de ruta por país.
- Publicación de nuestros progresos y del impacto de los KPIs medidos.
- Desplegar globalmente aplicaciones de IT para administrar el plan.
- Informar permanentemente de nuestras historias de éxito y difundir los hechos clave destacados.

Un mañana mejor  
empieza hoy.



## Performancia

Desempeño .....	9
Global Reporting Initiative .....	13



## Desempeño

En concordancia con el compromiso que hemos hecho cuando publicamos el **Better Tomorrow Plan**, hemos definido, implementado y consolidado una serie de indicadores con el objeto de monitorear y administrar el cumplimiento de nuestro Plan.

La mayoría de los indicadores que hemos implementado hasta la fecha, son indicadores del progreso que nos permiten medir el progreso en las acciones que nos hemos comprometido llevar a cabo.

Este año será dedicado a la definición, implementación y consolidación de un número de indicadores de impacto que nos permitirá medir el impacto de esas acciones.

Hemos llevado a cabo un extenso inventario de esos indicadores del inventario base para el año fiscal 2009 como así también para el año fiscal 2010.

Desde el lanzamiento del Better Tomorrow Plan, hemos sido capaces de ampliar el alcance de nuestros indicadores para capturar una parte más grande de nuestra compañía.

Esto explica por qué hay algunas ligeras modificaciones de las cifras del año fiscal 2009 que publicamos para los mismos indicadores en nuestra Revisión de Progresos previa.

Así como sucede con los años anteriores, confirmamos las bases para la consolidación de cada indicador al final de la tabla.

	AF08	AF09	AF10
COMPARACIONES EXTERNAS			
ÍNDICE DOW JONES DE SUSTENTABILIDAD(listado desde 2005)			
Mundo	Líder de Sector	Líder de Supersector	Líder de Sector
STOXX			
ASPI Eurozone (VIGEO)			
	Miembro	Miembro	Miembro
Grupo SAM			
	Clase Gold	Clase Gold	Clase Gold
	Líder de Sector	Líder de Sector	Líder de Sector
Business in the Community (BITC)			
	Silver	Silver	Silver
ECPI Ethical Index €uro			
	Miembro		
Fortune Global 500			
Empleador más grande en el mundo	22°	22°	21°
Empleador más grande en el mundo con base en Europa	6°	7°	6°
Empleador más grande en el mundo con base en Francia	2°	2°	2°
IAOP Global Outsourcing 100			
100 Mejores Proveedores en Externalización del Mundo	4°	3°	3°

## INDICADORES WE ARE

	AF08	AF09	AF10
<b>Respeto a los Derechos Humanos</b>			
% de países que tienen disponibles sus políticas sobre derechos humanos en su lengua nacional (1)		85.4%	87.2%
% de países que han publicado las políticas en su intranet (1)		80.9%	83.9%
% de países que han publicado las políticas en su página web (1)		73.0%	78.4%
<b>Desarrollo Profesional y Personal</b>			
<b>Promociones Internas</b>			
% de puestos de directivos de centros ocupados mediante promociones internas	21.9 %	22.8%	21.0%
% de puestos de gestión ocupados a través de la promoción de los directores de centro o equivalentes	26.6 %	30.7%	33.6%
<b>Formación</b>			
Número de colaboradores que participan en programas de formación	243 062	255 306	303 944
% de colaboradores capacitados (número de colaboradores formados / cantidad media de colaboradores)	69.5%	67.9%	80.6%
<b>Compromiso de los colaboradores</b>			
Encuesta de Compromiso de los colaboradores (cada 2 años)	48% 50 países		55% 60 países
<b>Retención de los colaboradores</b>			
Tasa de Retención de colaboradores	61.5%	63.6%	63.5%
Tasa de retención de directores de centros	84.3%	84.9%	82.9%
<b>Diversidad e Integración</b>			
<b>Compromiso de los colaboradores</b>			
Colaboradores encuestados que respondieron que en Sodexo, la diversidad de los colaboradores (edad, género, origen nacional, etc.) se valora por las diferencias que estas dimensiones aportan al lugar de trabajo	79%		83%
<b>Representación de la mujer</b>			
% de representación de Mujeres dentro del Grupo de Líderes Senior	18%	18%	20%
% de representación de Mujeres en ejecutivos senior	23%	24%	24%
% de Mujeres en cargos de gestión (2)			40%
% de representación de la Mujer en el total de la fuerza de trabajo		54%	54%
<b>Salud y Seguridad</b>			
<b>Seguridad alimenticia – Suministro de Alimentos</b>			
% de países que han escrito procedimientos para autorizar nuevos proveedores de alimentos que incluyen procesos de manejo seguro de alimentos (3)		94.9%	95.6%
<b>Seguridad alimenticia - Centros Auditados</b>			
Número Medio de auditorías de seguridad por servicios de alimentación por centro (4)		2.0	2.0
<b>Gobierno Corporativo</b>			
Número de mujeres en Dirección	4	4	4
Número de directores no franceses	4	4	4
Número de Directores Independientes	6	5	6
Promedio de asistencia a reuniones de Dirección	90%	88%	95%
(1) Base para la consolidación del Grupo		95%	95%
(2) Para una representación más precisa de la segmentación entre los trabajadores y la administración, las funciones unidas en estas dos categorías se han redefinido para el año Fiscal 2010. Como resultado, los valores de los diferentes indicadores para cada categoría son comparables a los de años anteriores, y las comparaciones históricas pueden ser hechas por los valores correspondientes a todos los empleados.			
(3) Bases para consolidación de Soluciones de Servicio On-Site		95%	96%
(4) Bases para consolidación de Soluciones de Servicio On-Site		95%	95%



## INDICADORES WE DO

### NUTRICIÓN, SALUD & BIENESTAR

#### Salud y Bienestar

% de países desarrollando y promocionando soluciones de salud y bienestar (5)		74.1%	79.6%
Número de países que tienen centros con LEED, HQE, ISO 14001, o certificados equivalentes (6)	16	29	31
Número de centros que ofrecen servicios de conserjería o quioscos (7)		522	734

#### Opciones de Alimentación Variada y Balanceada

% de países donde los menús y las recetas son revisadas por nutricionistas cualificados (8)		94.0%	94.0%
Número de colaboradores nutricionistas contratados por Sodexo (9)		2 476	3 328
% de países que tienen hotline o líneas en red para ofrecer consejos nutricionales a los consumidores (10)		69.1%	70.0%

#### Reducción de Azúcar, Sal y Grasas

% de países que han identificado y eliminado estos productos y removido e identificado productos y prácticas (11)		67.7%	65.7%
---	--	-------	-------

### COMUNIDADES LOCALES

#### Lucha contra el hambre y la malnutrición

Número de países que han implementado iniciativas STOP Hunger	24	32	39
Número de programas STOP Hunger	298	368	422
Número de asociaciones con ONGs y asociaciones	223	240	272

#### Desarrollo de la comunidad local

% de países que tienen iniciativas líderes en el desarrollo de la comunidad local (12)		85.4%	94.4%
% de empleo local (a nivel de país)	97%	97%	97%

#### Adquisición de productos con certificación de Comercio Justo

% en Kg. de café con certificación de comercio justo (13)		8.5%	12.5%
Número de centros que implementan la oferta Aspretto	5	45	496

LEA MÁS EN: [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Nuestro desempeño sustentable

## MEDIO AMBIENTE

### Suministros Sostenibles

#### Código de Conducta de la Cadena de Abastecimiento

% de países que tienen un código de conducta del proveedor (14)	87.3%	93.0%
---	-------	-------

#### Pescado y Marisco Sostenible

% de países que han eliminado la compra de especies marinas en riesgo <b>NUEVO</b> (15)	8.1%	17.3%
---	------	-------

Número de centros de servicios de restauración con certificados MSC (16)	271	374
--	-----	-----

#### Equipos y Suministros Sostenibles

% de gasto en residuos de papel sustentable como % del total de residuos de papel (17)	79.4%	79.1%
--	-------	-------

### Energía y emisiones

% de centros implementando programas de reducción de impacto de carbón (18)	11.8%	11.8%
% de centros que han dado los pasos básicos para reducir su consumo de energía (18)	45.4%	45.4%
Consumo de electricidad de la Oficina Central	2 315 301 Kwh.	2 334 494 Kwh.
Consumo de electricidad de la Oficina Central por m²	382 Kwh.	296 Kwh.
		2 130 199 Kwh.
		270 Kwh.

### Agua

% de centros implementando programas de conservación de agua (18)	8.8%	8.8%
% de centros que han dado los pasos básicos para reducir su consumo de agua (18)	66.9%	66.9%
Consumo de agua de la Oficina Central	2 804 m3	2 322 m3
Consumo de agua de la Oficina Central por m²	0.5 m3	0.3 m3
		2 366 m3
		0.3 m3

### Materiales y Residuos

#### Residuos Orgánicos

% de centros implementando programas de reducción de residuos orgánicos (18)	4.5%	4.5%
% de centros que han dado los pasos básicos para reducir sus residuos orgánicos (18)	39.8%	39.8%
% de centros implementando iniciativas para recuperar residuos orgánicos (18)	52.8%	52.8%
% de centros donde se recupera el aceite de cocina usado (18)	53.8%	53.8%

#### Residuos No Orgánicos

% de centros implementando medidas para reducir los residuos no orgánicos (18)	4.0%	4.0%
% de centros que han dado los pasos básicos para reducir sus residuos no orgánicos (18)	33.9%	33.9%
% de centros implementando iniciativas para recuperar residuos no orgánicos (18)	52.6%	52.6%

(5) Bases para la consolidación del Grupo	95%	95%
(6) Bases para la consolidación del Grupo	92%	92%
(7) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	44%	54%
(8) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	91%	92%
(9) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	93%	95%
(10) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	93%	95%
(11) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	95%	95%
(12) Bases para la consolidación del Grupo	94%	95%
(13) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	93%	94%
(14) Bases para la consolidación del Grupo	94%	95%
(15) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	95%	95%
(16) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	93%	94%
(17) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	92%	93%
(18) Bases para la consolidación de las Soluciones de Servicio On-Site	49% de los centros inventariados en 50 países que representan el 95% de los ingresos del Grupo	

# Reporte de Iniciativa Global (GRI):

## Tabla de correspondencias con nuestras publicaciones

Esta tabla de contenidos da prioridad a la Revisión del Progreso de la Ciudadanía Corporativa; donde otros documentos se refieren a las mismas actividades, por lo tanto ellos no presentan referencias cruzadas. Donde los indicadores no están incluidos en la Revisión del Progreso de la Ciudadanía Corporativa pero pueden ser encontrados en otras fuentes de publicaciones del Grupo Sodexo, hemos hecho referencias cruzadas para esos documentos para conveniencia de los usuarios.

→ **PR** : Revisión del Progreso de la Ciudadanía Corporativa  
 → **AR** : Reporte Anual  
 → **RD** : Documento Referido


→ **HR** : Reporte de Recursos Humanos  
 → **DI** : Reporte de Diversidad e Inclusión

Dimensión del Indicador	Aspecto	Número de indicador	Descripción	Global Compacto	Cross-referente
PAUTAS DEL INFORME	Estrategia y Análisis	1.1	Declaración del más alto ejecutivo responsable de tomar las decisiones de la organización.	7; 8	PR - p.3
		1.2	Impactos, riesgos y oportunidades clave.		PR - p.3, 4
	Perfil Organizacional	2.1	Nombre de la organización.		PR – Cobertura
		2.2	Marcas primarias, productos y/o servicios.		PR - p.2; AR
		2.3	Estructura Operacional de la organización.		AR; RD
		2.4	Ubicación de la Casa Matriz		PR - p.1, pagina atrás
		2.5	Número de países donde la organización opera.		PR - p.2; AR; RD
		2.6	Naturaleza de la propiedad y forma legal.		RD
		2.7	Mercados en los que se prestan servicios.		PR - p.2; AR; RD
		2.8	Escala organizacional.		PR - p.2; AR; RD
		2.9	Cambios significativos durante el periodo de elaboración del informe.		PR - p.5-7
		2.10	Premios recibidos durante el período de elaboración del informe		PR - p.0
		3.2	Fecha del informe anterior más reciente (si existe)		PR - p.1
		3.3	Ciclo de elaboración del informe.		PR - p.1
		3.4	Punto de contacto para preguntas del informe.		PR - p.1, pagina atrás
		3.5	Procesos para definir del contenido del informe.		PR - p.3
		3.6	Límite del informe.		PR - p.3
		3.7	Limitaciones en el alcance del límite del informe.		PR - P.3
		3.8	Bases para informar.		RD
		3.9	Técnicas de medición de datos y bases de cálculo.		PR - p.10
		3.10	Efecto de cualquier reafirmación provista en informes anteriores y motivos.		NET aplicable
		3.11	Cambios significativos en los parámetros del informe.		PR - p.6-7
		3.12	Tabla identificando la localización de los Estándares Revelados en el informe.		Este informe
		3.13	Política en referencia a la búsqueda de seguridad externa para el reporte.	7; 8	PR - p.64-69; RD
	Gobierno, Responsabilidades y Compromisos	4.1	Estructura del gobierno organizacional.		PR - p.6, 25; RD
		4.2	Indica si el Presidente del órgano de gobierno más alto también es el Director Ejecutivo.		PR - p.6, 25; RD
		4.3	Estructura central: independientes y/o no miembros ejecutivos.		PR - p.25; RD
		4.4	Directorio: mecanismos para recomendaciones.		PR - p.25; RD
		4.5	Directorio: compensaciones y desempeño.		RD
		4.6	Procesos para evitar conflictos de interés.		RD
		4.7	Directorio: calificaciones y experiencias de los miembros.		RD
		4.8	Misión o valores, códigos de conducta, y principios relevantes al resultado económico		PR - p.18-25
		4.9	Gobierno: Management de sostenibilidad		PR - p.6
		4.10	Procedimientos del órgano más alto de gobierno para supervisar de los resultados.		RD
		4.11	Cómo el enfoque precautorio es direccionado a la organización.		RD
		4.12	Estatutos principios u otras iniciativas económicas medioambientales y sociales.		PR - p.0, 69
		4.13	Miembros en asociaciones y/o organizaciones legales nacionales/internacionales		PR - p.0, 69
		4.14	Lista de grupos de interés comprometidos con la organización.		PR - p.64-69
		4.15	Base para identificación y selección de los interesados con quienes comprometerse.		PR - p.64-69
		4.16	Enfoque de compromiso de los interesados.		PR - p.4, 64-69
		4.17	Frecuencia de compromiso por tipo y grupo de interesados.		PR - p.64-69

ECONOMÍA	Desempeño Económico	EC1	Valor económico directo generado y distribuido.		PR, AR, RD
		EC2	Implicaciones financieras y otros riesgos debido a los cambios en el ambiente.		PR - p.54; RD
		EC3	Cobertura de los planes obligatorios de beneficios definidos por la organización.		RD
		EC4	Asistencia financiera recibida del gobierno.		RD
	Presencia en el Mercado	EC5	Rango de los ratios entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.		HR
		EC6	Política, prácticas, y proporción de gastos en proveedores locales.		PR - p.40-41, 48-49
		EC7	Procedimiento para la contratación y proporción de altos ejecutivos contratados provenientes de comunidades locales.		PR - p.40-41; HR; DI
	Impactos Económicos Indirectos	EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones y servicios en infraestructura.		RD
		EC9	Comprensión y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluido su alcance.		NA
MEDIO AMBIENTE	Materiales	EN1	Materiales usados.	7; 8	PR - p.52-53
		EN2	Porcentaje de materiales usados que son reciclados en materiales de uso.	7; 8	PR - p.13, 53
	Energía	EN3	Consumo directo de energía por una fuente de energía primaria.	7; 8	PR - p.54-55
		EN4	Consumo indirecto de energía por una fuente de energía primaria.	7; 8	PR - p.54-55
		EN5	Ahorro de energía mediante la conservación y mejora de eficiencia.	7; 8	PR - p.13; 54-55
		EN6	Iniciativas para proveer productos y servicios que ahorren energía o que utilicen energías renovables.	7; 8	PR - p.13; 54-55
		EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las disminuciones alcanzadas.	7; 8	PR - p.13; 54-55
	Agua	EN8	Agua total retirada de la fuente.	7; 8	PR - p.13, 56-57
		EN9	Fuentes de agua significativamente afectadas por el retiro de agua.	7; 8	PR - p.13, 56-57
		EN10	Porcentaje y total de volumen de agua reciclada y reutilizada.	7; 8	PR - p.13, 56-57
	Biodiversidad	EN11	Biodiversidad: ubicación y tamaño de terrenos propios, arrendados, gestionados.	7; 8	No aplicable
		EN12	Biodiversidad: Impactos de actividades, productos, y servicios.	7; 8	PR - p. 48-51
		EN13	Alojamiento protegido o restaurado.	7; 8	PR - p. 48-51
		EN14	Estrategias para gestionar impactos en la biodiversidad.	7; 8	PR - p. 48-51
		EN15	Numero de IUCN Lista Roja Lista de especies de conservación nacional.	7; 8	PR - p.50-51
	Emisiones, Aguas Servidas y Residuos	EN16	Total de emisiones de gases de efecto invernadero directa o indirectamente.	7; 8	PR - p.54-55
		EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	9	PR - p.54-55
		EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.		PR - p.13, 54-55
		EN19	Emisiones de sustancias destructoras del ozono.		PR - p.13, 54-55
		EN20	NO, SO, y otras emisiones significativas del aire por tipo y peso.		PR - p.13, 54-55
		EN21	Descarga total de agua por su naturaleza y destino.		PR - p.13, 56-57
		EN22	Peso total de residuos por tipo y método de eliminación.		PR - p.13, 58-61
		EN23	Número total y volumen de los vertidos significativos.		PR - p.13, 58-61
		EN24	Peso de los residuos peligrosos.		PR - p.13, 58-61
		EN25	Vertidos de agua y residuos líquidos.		PR - p.13, 58-61
	Productos y Servicios	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos de productos y servicios en el medioambiente.		PR - p.46-61
		EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de empaque.		PR - p.13, 52-53
	Conformidad	EN28	Sanciones por incumplimiento de leyes y reglamentos ambientales.		NET applicable
	Transporte	EN29	Impactos del transporte en el medioambiente.		PR - p.13, 54-55
	General	EN30	Gastos totales en protección del medioambiente.		PR - p.46-61



	Empleo	LA1	Fuerza de trabajo total por tipo de empleo, contrato de trabajo y región.		HR
		LA2	Número total de colaboradores y tasa de rotación, empleo por grupo de edad, género y región.		HR; DI
		LA3	Beneficios entregados a los colaboradores de tiempo completo.	3	PR - p.20; HR
	Trabajo/Relaciones Laborales	LA4	Porcentaje de colaboradores cubiertos por acuerdos con negociaciones colectivas.	3	HR
		LA5	Periodo mínimo de preaviso (s) a cambios organizacionales		HR
	Salud y Seguridad Ocupacional	LA6	Fuerza laboral representada en los comités de salud y seguridad ocupacional.		HR
		LA7	Enfermedades, muertes, días perdidos, y ausentismo laboral además de fatalidades relativas al trabajo.		HR
		LA8	Programas de educación referentes a decesos serios.		PR - p.24; HR
		LA9	Tópicos de salud y seguridad cubiertos en los acuerdos formales con los sindicatos.		HR
	Capacitación y Educación	LA10	Promedio de horas de formación anual por empleado.	6	PR - p.22; HR
		LA11	Programas para el manejo de habilidades y el aprendizaje durante toda la vida.	6	PR - p.22, 65; HR
		LA12	Los empleados reciben profesionalidad continua y desarrollo de carrera.		PR - p.22; HR
	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Composición del cuerpo de gobierno y descripción de empleados por categoría.		HR
		LA14	Ratio de salario básico de hombres y mujeres.		HR; DI
DERECHOS HUMANOS	Inversiones y Prácticas de Adquisiciones	HR1	Acuerdos de inversión que incluyan cláusulas de recursos humanos o análisis de recursos humanos.	1	HR
		HR2	Proveedores y contratistas que han sido objeto de análisis en recursos humanos y medidas adoptadas.	1; 2	PR - p.46-47; HR
		HR3	Horas totales de empleados capacitados en políticas y procedimientos.	1; 2	PR - p.46-47; HR
	No-discriminación	HR4	Número total de incidentes de discriminación y acciones tomadas.	1; 6	HR; DI
	Libertad de Asociación y Negociación Colectiva	HR5	Libertad de asociación y negociación colectiva.	3	PR - p.21; HR
	Trabajo Infantil	HR6	Operaciones en riesgo de incidentes de trabajo infantil y medidas tomadas.		PR - p.21; HR
	Trabajo forzado y Obligatorio	HR7	Operaciones en riesgo de incidentes de trabajo forzado y obligatorio y medidas tomadas.	4	PR - p.21; HR
	Prácticas de Seguridad	HR8	Personal capacitado en las políticas y procedimientos de seguridad concerniente a RH	5	HR
	Derechos Indígenas	HR9	Incidentes de violaciones de derechos que involucren personas indígenas y acciones tomadas.		PR - p.21; HR; DI
SOCIEDAD	Comunidad	SO1	Programas y prácticas que gestionan los impactos de las operaciones en las comunidades.		PR - p.40-41
	Corrupción	SO2	Unidades de negocio analizadas por riesgos relativos a corrupción.	10	PR - p.20
		SO3	Entrenamiento a los colaboradores en políticas y procedimientos en organizaciones anti-corruptas		PR - p.20
		SO4	Acciones tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		PR - p.20
	Políticas Públicas	SO5	Posiciones en políticas públicas y participación en el desarrollo de políticas públicas y lobby.		PR - p.67
		SO6	Contribuciones a partidos políticos, políticos, y a instituciones por país.		No aplicable
	Comportamiento Anti-Competitivo	SO7	Acciones legales para comportamientos anticompetitivos.		No aplicable
	Conformidad	SO8	Sanciones por el no cumplimiento a las leyes y reglamentos.		No aplicable
RESPONSIBILIDAD DE PRODUCTO	Salud y Seguridad de Clientes	PR1	Etapas del ciclo de vida que han tenido impactos en salud y seguridad por productos y servicios.		PR - p.24, 28-33
		PR2	Incidentes por el incumplimiento de reglamentos y códigos voluntarios.		No aplicable
	Productos y Servicios Etiquetados	PR3	Tipo de información de los productos y servicios requeridos por procedimientos.		No aplicable
		PR4	Incidentes relativos al incumplimiento del tipo de etiquetado.		No aplicable
		PR5	Satisfacción de los consumidores.		PR - p.64-65
	Comunicaciones de Marketing	PR6	Programas de adherencia a reglas relativas a las comunicaciones de marketing.		AR; PR
		PR7	Incidentes de incumplimiento relativo a las comunicaciones de marketing.		No aplicable
	Privacidad de Clientes	PR8	Quejas relativas a la violación a la privacidad del consumidor.		No aplicable
	Conformidad con las leyes	PR9	Multas por incumplimiento.		No aplicable



Un mañana mejor  
empieza hoy.



## WE ARE

Nuestros Fundamentos .....	17
Integridad en los Negocios .....	19
Derechos Humanos .....	20
Trampolín para Colaboradores .....	21
Diversidad & Inclusión .....	22
Salud & Seguridad .....	23
Gobierno corporativo .....	24

# Nuestros Fundamentos

## LA PIEDRA ANGULAR DE UNA EMPRESA RESPONSABLE

Sodexo, **fundada en 1966 en Marsella, Francia, por Pierre Bellon**, Presidente del Consejo de Administración, está basada en una filosofía que hoy une a 380.000 colaboradores a través del mundo.

Nuestra fuerte filosofía y respeto por los valores éticos forman la base de nuestro compromiso con la ciudadanía corporativa.

### ■ NUESTRA FILOSOFÍA

Una compañía es la comunidad de sus clientes, consumidores, colaboradores y grupos de interés.

#### • **Nuestro propósito es satisfacer sus expectativas.**

Para alcanzar nuestras metas, hemos elegido enfocarnos en conseguir el crecimiento orgánico de nuestros ingresos y resultados.

#### • **Crecimiento orgánico:**

- Garantiza que somos capaces de satisfacer, y por tanto retener a nuestros clientes actuales
- Nos permite responder a las expectativas de nuestros colaboradores para que tengan empleos seguros y oportunidades de ascenso
- Asegura el retorno de la inversión para nuestros grupos de interés

En 1966, definimos nuestra **misión, nuestros valores y nuestros principios éticos**, que entregan las directrices a hombres y mujeres los cuales contribuyen diariamente al crecimiento de Sodexo.

### ■ NUESTRA MISIÓN ES DOBLE:

- **Mejorar la calidad de vida diaria** de las personas que servimos – personas en su lugar de trabajo, pacientes en hospitales, estudiantes de escuelas y universidades, reclusos en los centros penitenciarios, soldados, etc.
- **Contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de las ciudades, regiones y países en los que operamos.**

*"Hacer de cada día un día mejor"*

### ■ NUESTROS VALORES

Más del 97% de nuestros colaboradores están en contacto directo día a día en con nuestros clientes y consumidores. Esto demanda excepcionales cualidades humanas y comportamientos específicos que llamamos:

**Espíritu de Servicio, Espíritu de Equipo,  
Espíritu de Progreso.**

La nobleza de nuestra profesión reside en nuestro servicio a los demás

#### • **Espíritu de Servicio**

- Los clientes y los consumidores están en el centro de todo lo que hacemos. Para servirles bien, diariamente, a cada nivel, tenemos que demostrar nuestra disponibilidad, nuestra capacidad de escuchar, nuestra capacidad de anticipar sus expectativas, nuestro sentido de servicio, nuestra receptividad a sus necesidades y nuestro orgullo de satisfacerlos.
- Sodexo ha llegado a ser una gran compañía a nivel mundial, pero seguimos siendo una compañía local, donde cada gerente es un verdadero empresario, cercano a sus clientes y capacitado para tomar decisiones

#### • **Espíritu de equipo**

- Es un imperativo en todas nuestras operaciones, nuestras unidades, centros de negocio y funciones de soporte, así como en nuestro Comité de Dirección. Las habilidades de cada persona se combinan con el conocimiento de otros miembros del equipo para ayudar a lograr el éxito de Sodexo.
- El trabajo en equipo depende de lo siguiente: escucha, transparencia, respeto por las personas, diversidad, solidaridad al implementar decisiones mayores, respeto por las reglas y apoyo mutuo, particularmente en las dificultades.

#### • **Espíritu de Progreso**

Lo demostramos a través de:

- Nuestra voluntad, pero también con la firme convicción de que siempre se puede mejorar la situación actual.
- Aceptación de la evaluación y comparación de nuestro desempeño con el de otros colegas y competidores
- Autocrítica, porque entender el éxito propio, al igual que los fracasos, es fundamental para la mejora continua.
- El equilibrio entre ambición y humildad
- Nuestro optimismo, con la creencia de que para todo problema hay una solución, una innovación o una mejora que hacer.

## ■ NUESTROS PRINCIPIOS ÉTICOS

### • Lealtad

Una base en la lealtad, que comparte Sodexo con sus clientes, colaboradores y grupos de interés, basada en relaciones honestas y abiertas. La confianza es una de las piedras angulares de las operaciones en nuestra organización.

### • Respeto a las personas

- La humanidad es parte central de nuestro negocio.
- Sodexo se compromete a garantizar igualdad de oportunidades sin tener en cuenta raza, origen, edad, género, creencias, religión o estilo de vida.
- Mejorar la Calidad de Vida significa respeto, dignidad y consideración con todas las personas

### • Transparencia

Este es uno de los principios más importantes de Sodexo y una constante con todos nuestros grupos de interés: clientes, consumidores, colaboradores y grupos de interés.

### • Integridad en los negocios

- En Sodexo no toleramos prácticas que no estén basadas en la honestidad, integridad y justicia, en cualquier lugar del mundo en donde desarrollemos nuestra labor.
- Comunicamos claramente nuestra posición en este tema a nuestros clientes, proveedores y colaboradores y esperamos que compartan con nosotros este rechazo hacia prácticas corruptas e injustas.

## ■ NUESTRA INDEPENDENCIA

Desde la creación de Sodexo en 1966, la independencia ha sido uno de sus principios fundamentales. La independencia permite al Grupo mantener sus valores enfocarse en una estrategia a largo plazo, mantener continuidad en la gestión, asegurar su permanencia.

Hoy en día, la independencia de Sodexo se refleja en sus relaciones con todos los grupos de interés:

- **Nuestros clientes** (nuestros clientes más grandes representan menos de un 2% de nuestro ingresos totales),
- **Nuestros proveedores** (nuestros proveedores industriales más grandes representan menos del 3% de nuestras compras totales),
- **Nuestros socios bancarios,**
- **Autoridades de gobierno.**

La independencia financiera de Sodexo está garantizada a través del holding familiar.

Nuestra independencia financiera descansa en 2 principios simples:

- **Elegir actividades con baja intensidad de capital** e inversiones promedio (excluyendo adquisiciones) que representan alrededor del 2% de los ingresos
- **Poseer permanentemente suficientes recursos en efectivo** para financiar el desarrollo, el reembolso de los préstamos de mediano plazo y el retorno de dividendos a los grupos de interés.

Lea más en [www.sodexo.com](http://www.sodexo.com)

- Sección The Group
- Sección Corporate Citizenship



# Integridad en los Negocios

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

Sodexo emplea a 380.000 personas en 34.000 centros, en 80 países. Por tanto, es esencial dotar a nuestros equipos con la orientación y formación para ayudarles a gestionar una gran variedad de situaciones diferentes y llevar a cabo negocios con integridad intachable

### ■ CÓMO LO LOGRAREMOS

En el año 2007, el Comité Ejecutivo adoptó un Código de Conducta: La Declaración de la Integridad de Negocios. Este código consagra creencias de Sodexo y prácticas fundamentales en términos de la ética Empresarial, de manera que cada colaborador comprenda y comparta el compromiso del Grupo para la integridad de negocio.

- Se han tomado medidas para garantizar el cumplimiento en todo el Grupo:
- La publicación de un Código de Conducta para la Alta Dirección.
- Nombramiento de un Campeón del Grupo de Integridad de Negocios.
- Creación de un Consejo de Grupo de Integridad de Negocios.
- Las comunicaciones internas relacionadas con la integridad del negocio.
- Aplicación de políticas a través de sesiones específicas de formación en gestión.
- Presentación de informes a la Comisión de Auditoría dos veces al año.
- Un procedimiento de quejas

### ■ RECONOCIMIENTO

Por Segundo año Sodexo ha sido nombrada una de las compañías más éticas del mundo por el Instituto Ethisphere en un rango de 99 compañías.

**ENCUESTA DE COMPROMISO DE LOS COLABORADORES EN EL AÑO 2010:**  
*Porcentaje de colaboradores que están de acuerdo en cierta medida, de acuerdo o muy de acuerdo, en una escala de seis niveles:*

- El **72%** de los Colaboradores dicen que Sodexo reconoce el comportamiento de las personas y los resultados que ayudan a la organización a tener éxito
- El **77%** de los colaboradores dicen que su gerente regularmente los ayuda a comprender nuestros valores.

Fuente: Hewitt

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### ESTADOS UNIDOS

#### Cumplimiento Semanal

En Enero del año 2010, La Oficina de Ética y Cumplimiento (Office of Ethics and Compliance) puso en marcha el Cumplimiento de la semana en forma anual. Unas 4.700 unidades de Estados Unidos y unas 300 unidades de Canadá recibieron un conjunto de herramientas de comunicación. 16.000 Directivos y cerca de 500 Profesionales Recursos Humanos recibieron más información vía correo electrónico y actualizaciones de Recursos Humanos. Se postearon en línea actividades diarias y temas de discusión, incluyendo interacción con funcionarios públicos, Que es una conducta antiética y como informarla, Protección de la Información y Confidencialidad y Evitar conflictos e intereses con Negocios fuera de la Compañía. El Cumplimiento Semanal 2011 coincidirá con la encuesta anual en América del Norte y con una Conducta de Ética Global de Privacidad de Datos del Día.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Sodexo utiliza una variedad de mecanismos para asegurar una efectiva implementación. En el año 2010, las medidas incluyen:

- Una Autoevaluación anual para subsidiar la gestión en línea: Como parte del proceso de inventario del Better Tomorrow Plan, hacemos un seguimiento de la aplicación de nuestros principios éticos.
- En Marzo del año 2009, el Consejo de Integridad de Negocios se reunieron para establecer un plan de acción, lanzado durante el año 2010.
- Para fines del año Fiscal 2010, seremos capaces de establecer nuestra línea de base y fijar objetivos para el futuro así como también mejorar una efectiva implementación de nuestras políticas.
- Se llevó a cabo en el año 2010 una Encuesta Global para medir los compromisos de los Colaboradores, con nuevas preguntas sobre ética.
- NORAM tiene una Programa de Cumplimiento Legal y Ético, que abarca Estados Unidos y Canadá. Un comité de Dirección es responsable de la ejecución y gestión del programa reuniéndose tres veces al año y una vez al año con un Informe del Programa de Cumplimiento Legal y de Ética, proporcionados por el Director General y el Comité Ejecutivo.
- Incluidos en este plan de implementación es la creación de una guía práctica para la Declaración de Integridad de Negocios, con ejemplos cotidianos.

### ■ ETAPAS

**2011:** Facilitaremos la distribución de nuestra guía práctica en todo el Grupo para ayudar a comunicar y educar a nuestros equipos sobre la ética de las políticas de Grupo.

## DESEMPEÑO

Cada dos años, llevamos a cabo un sistema mundial de Encuesta de Compromiso de los Colaboradores, donde los colaboradores son invitados a expresar sus opiniones. Los últimos resultados de la encuesta del año 2010, provienen de 113.000 colaboradores en 60 países que representan el 98% de nuestra fuente de trabajo. Las tasas de participación han crecido a lo largo de los años, con un 46% en el año 2006, el 51% en el año 2008 y el 54% en el año 2010. Esto demuestra la voluntad de nuestros colaboradores a expresar sus opiniones de manera transparente y honesta y su confianza en que se tomarán medidas.



### MEXICO

#### Programa de Integridad en los negocios

México tiene un Programa de Integridad en los Negocios, que comprende una política de integridad del negocio, una Política "Denunciante" y una promesa de respeto y trato justo de la política. Este programa se puso en marcha en el Año Fiscal 2007 través de la capacitación llevada a cabo por el Presidente del Mercado, el consejero general de Sodexo, Inc. y el Vicepresidente de la Oficina de Ética y Cumplimiento. Encuestas anuales de la integridad del negocio para el comité ejecutivo de México se llevaron a cabo en los años 2008 y 2009 con una tasa de respuesta del 100% y en el año 2010 se amplió la distribución de la encuesta a 66 colaboradores.

# Derechos Humanos

## ESTRATEGIA

### ■ PORQUÉ SODEXO ESTÁ INVOLUCRADO

Como un signatario del pacto global de la UN, Sodexo se compromete a respetar la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Declaración de la OIT relativa a los Principios Fundamentales y Derechos en el Trabajo. Sodexo, además, reconoce y respeta la Declaración tripartita de principios de la OIT en relación a las Empresas Multinacionales y Política Social, así como los capítulos sobre empleo e industrias de la Guía para Empresas Multinacionales de la OCDE. A través de sus actividades e impacto, el Grupo se ha comprometido a promover la aplicación de los derechos humanos en el lugar de trabajo. Ya que funciona en diversas regiones del mundo, es esencial para Sodexo tener sólidos fundamentos éticos a fin de garantizar que se respeten los derechos humanos.

### ■ CÓMO LO LOGRAREMOS

Mientras que la responsabilidad de la ejecución de **La política de Derechos Humanos** se asigna al personal directivo en cada país, el Grupo optimiza la circulación de la política al:

- Traducirla a los idiomas nacionales.
- Formar conciencia al poner el tema en la agenda de las reuniones del Comité Ejecutivo del país.
- Cascareando y publicando su política en los centros Web de Sodexo.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Durante el Año Fiscal 10, el Grupo ha optimizado la circulación de su Política de Derechos Humanos y aumentado su aplicación al:

- Continuar traduciendo a los idiomas nacionales (versiones en inglés, francés, español, alemán, portugués, holandés, húngaro, laosiano y tailandés ya están disponibles).
- Publicar la política en los centros Web de Sodexo y aumentando su visibilidad.
- Definir un nuevo KPI para supervisar el progreso.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Política de Derechos Humanos del Grupo
- Código de Conducta para Senior Management
- Catálogo 2010 de buenas prácticas

#### CONTACTO:

**Jonah GOLDSTEIN**

Jefe de Proyecto, Derechos  
Globales del Lugar de Trabajo  
[jonah.goldstein@sodexo.com](mailto:jonah.goldstein@sodexo.com)

En 2010, Sodexo lanzó tres iniciativas para ayudar a evaluar el cumplimiento de nuestros compromisos con los Derechos Humanos:

1. El establecimiento de una línea base para la circulación y la aplicación de nuestra política de derechos humanos y la fijación de objetivos para el futuro.
2. Como parte de su continua intención de seguir siendo un líder de la industria en las prácticas laborales internacionales, la administración del Grupo Sodexo encargó en el AF10 una revisión independiente para examinar la aplicación de ciertos principios y convenios establecidos por la Organización Internacional del trabajo (OIT) en los nueve países más importantes dentro del Grupo. Los resultados de este examen externo no revelaron ningún caso de debilidad significativa, pero recomendaron mejoras para formalizar las prácticas de Sodexo en los distintos países de mejor forma posible.
3. El Comité Ejecutivo ahora ha insertado un capítulo sobre "Los Derechos Humanos en el lugar de trabajo" en los permanentes procedimientos permanentes del Grupo de auditoría interna, cuyas conclusiones se presentarán periódicamente al Consejo de Directores.

Además, para avanzar en la implementación de la Política de Derechos Humanos del Grupo y comprobar su aplicación en los centros de acogida de menores en nuestro negocio de los Servicios de Justicia, los grupos de trabajo se reunieron en el 2009 y 2010 para hablar sobre asuntos de Derechos Humanos. Se está creando un módulo de e-learning para los colaboradores está siendo creado para finales de 2010 y se desplegará en Francia, el Reino Unido y Chile.

### ■ ETAPAS

#### 2011

- Regular de nuestro progreso y revisión de la política al ganar experiencia en su aplicación.
- Expandir la auditoría interna con el componente de "los derechos humanos en el trabajo" a los países más allá del ámbito del diagnóstico original.
- Evaluar las recomendaciones adicionales hechas a través de la revisión independiente y desarrollar un plan de acción para abordar estas necesidades.

## RENDIMIENTO

	AF08	AF09	AF10
% de países que tienen la política de Derechos Humanos disponible en su idioma nacional (1)		85.4%	87.2%
% de países que han publicado la política en su intranet (1)		80.9%	83.9%
% de los países que han publicado la política en su sitio Web(1)		73.0%	78.4%
(1) Base para la consolidación del Grupo		95%	95%

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### FRANCIA

##### Asociación "Escuchar y Formar Conciencia"

En términos de prevención de riesgos sociales, Sodexo apoya una iniciativa innovadora: la Asociación de "Escuchar y Formar Conciencia" (Association Ecoute et Vigilance), una red que ofrece a los colaboradores la oportunidad de discutir dificultades personales y profesionales en total confidencialidad. Se pretende detectar y anticipar alguna vulnerabilidad psicológica y dar apoyo para superar situaciones de estrés. Para favorecer el diálogo, los sindicatos están estrechamente relacionados con la iniciativa y forman parte de la Junta de "Ecoute et Vigilance".



#### ESTADOS UNIDOS

##### Oficina de Derechos de Empleo

Desde 2003, la Oficina de Derechos de Empleo (Office of Employment en inglés) tiene la misión de reforzar las políticas de Sodexo contra la discriminación, el acoso y las represalias en el lugar de trabajo. Proporciona profesionales imparciales de recursos humanos para investigar las preocupaciones planteadas en áreas relacionadas con las oportunidades de empleo equitativas por colaboradores en cargos administrativos y profesionales como también en cargos administrativos fuera de la unidad. También se ofrece mediación interna para resolver inquietudes.

# Trampolín para Colaboradores

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ ESTÁ INVOLUCRADO SODEXO

Con 380.000 colaboradores, Sodexo es el 2<sup>do</sup> empleador francés más grande del mundo, el 6<sup>to</sup> empleador europeo más grande del mundo y el 21<sup>avo</sup> empleador más grande del mundo. El 97% de sus colaboradores están en contacto diario con clientes y consumidores. El éxito de Sodexo está directamente relacionado con su capacidad para crear una ventaja competitiva a través de las personas al ofrecer un desarrollo eficaz y un trampolín dentro de su organización. Más que nunca, Sodexo está firmemente comprometido a dar a sus colaboradores todos los recursos necesarios para ayudarlos a forjar su futuro.

### ■ CÓMO LLEGAMOS AQUÍ

Sodexo diseñó en el 2008 su primera marca mundial de empleador, "tu futuro... so Sodexo", para promover su compromiso y sus logros. Ha definido 5 pasos obligatorios, "puntos de contacto", en la vida profesional de los colaboradores:

- Reclutando
- Viviendo
- Reconociendo
- Integrando
- Creciendo

## RENDIMIENTO

### Resultados Clave

- Más de 300 000 colaboradores recibieron capacitación para mejorar
- 15 horas de desarrollo y entrenamiento formación por colaborador por año
- el 85% de nuestros colaboradores sienten que Sodexo es mejor empleador que sus competidores.

Consulte la página 11 para todos los indicadores relacionados con el Trampolín para Colaboradores.

### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Reporte 2010 de Recursos Humanos del Grupo
- Sección "Nuestras Carreras"
- Principios Éticos y Contrato de Desarrollo Sostenible
- Catálogo 2010 de buenas prácticas

### CONTACTO:

**Maria Outters**

Vice Presidente de RRHH del Grupo para la Planificación de Carrera y Desarrollo de RRHH de Ejecutivos Senior  
[maria.outters@sodexo.com](mailto:maria.outters@sodexo.com)

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Desde el 2008, Sodexo ha centrado sus energías y recursos en numerosas áreas tales como:

#### 1. Desarrollar habilidades, capacidades y conocimientos:

Hemos continuado invirtiendo significativamente en el desarrollo y la formación de nuestros colaboradores. Los dos últimos años hemos proporcionado más de 7,5 millones horas de capacitación formación y desarrollo a nuestro personal. En el AF10 por sí solo, más de 300.000 de nuestros colaboradores fueron capaces de desarrollar sus habilidades, comportamientos y empleabilidad. Por ejemplo, nuestra Academia de Facilities Management en Italia y Canadá que hemos desarrollado en colaboración con IFMA.

#### 2. Evaluación Anual:

Entregamos a nuestros colaboradores una evaluación anual con su administrador o supervisor. Para apoyar este proceso anual obligatorio, hemos lanzado en el 2010 nuestro nuevo sistema de Gestión de Talento de Recursos Humanos, llamado Sistema Ingenium. Poco a poco se está implementando en toda la organización.

El compromiso de Sodexo hacia el progreso de los colaboradores tiene un fuerte impacto en su compromiso. Comprometer a los colaboradores es un imperativo estratégico clave para la empresa ya que quiere convertirse en un líder entre las empresas internacionales más apreciadas por sus colaboradores.

### La Encuesta de Compromiso de los Colaboradores del 2010:

- En el AF10, Sodexo ha llevado a cabo su tercera encuesta de compromiso global en 60 países (que abarcan más de un 98% de su personal) con una tasa de respuesta del 56%, un 5% más que en la encuesta del 2008.
- La encuesta del 2010 fue verdadero éxito con una tasa de participación global de 55% \* con un aumento del 7% de la encuesta del 2008. Hewitt, el socio global de Sodexo para la encuesta, ha indicado una disminución global del 1% durante el mismo período.
- La figura más llamativa es que el 85% de nuestros colaboradores sienten que Sodexo es mejor empleador que sus competidores. La siguiente encuesta se llevará a cabo en el AF12.

Fuente: Hewitt

\* Porcentaje de colaboradores habiendo dado una evaluación promedio igual o superior a 4.5 en una escala de 1 a 6 en las 6 preguntas relativas a la contratación de colaboradores.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### REINO UNIDO

#### GREAT! : Programa de formación On-site

En marzo del 2010, el equipo del Reino Unido lanzó Great! para reforzar la experiencia de nuestro personal en habilidades técnicas tales como la salud y seguridad, la seguridad alimentaria, así como campos específicos como el catering, limpieza, administración de instalaciones, hospitalidad y ventas al por menor. Great! También tiene una sección específica dedicada a habilidades de administración para permitir que un miembro del equipo desarrolle estas nuevas habilidades a su propio ritmo y prepararlo para el futuro.

### EN TODO EL MUNDO

#### Programa de inducción de Tarjeta de Embarque

Lanzado en el 2007, Tarjeta de Embarque es un programa de inducción mundial dedicado a miembros del Comité Ejecutivo y a administradores de sede recién ascendidos o reclutados. Su objetivo es apoyar la integración de los recién llegados ayudándoles a explorar el negocio, permitiéndoles experimentar los valores de Sodexo y llevándoles a tomar plena posesión de su nuevo papel. Desde la creación del programa, los directores de 30 países han participado en cinco sesiones.



# Diversidad & Inclusión

**Compromiso de Sodexo:** Estamos decididos a Aprovechar la fuerza de nuestros diversos colaboradores, proveedores y socios para impactar positivamente a nuestros clientes, consumidores y comunidades a las que servimos.

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ ESTÁ INVOLUCRADO SODEXO

Cada día, Sodexo se esfuerza para crear una cultura que abarca las diferencias y celebra las ideas, perspectivas y experiencias únicas. Nuestros colaboradores diversos proporcionan una de las mayores fuentes de innovación y progreso. Por lo tanto, fomentar una cultura inclusiva es un imperativo del negocio que impulsa nuestra capacidad para atraer y desarrollar los mejores talentos, crear una fuerza de trabajo comprometida y ofrecer Soluciones de Calidad de Vida para nuestros diversos clientes y consumidores.

La diversidad e inclusión es una ventaja competitiva y un componente fundamental de nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo. Sodexo está integrando la diversidad y la inclusión en todos los aspectos de nuestro negocio, nuestros lugares de trabajo, nuestros mercados y nuestras comunidades, porque sabemos que es un diferenciador que conduce al crecimiento del negocio.

### ■ CÓMO LLEGAMOS AHÍ

Sodexo se centra en cuatro áreas principales de la diversidad:

- **La representación de género:** Aumento de la representación, la contratación, el desarrollo y la retención de la mujer en la gestión con un enfoque hacia el liderazgo y puestos operacionales
- **Oportunidades generacionales en el lugar de trabajo:** Educar e identificar nuevas oportunidades para aumentar la representación generacional y facilitar relaciones de trabajo efectivas a través de distintas generaciones en el lugar de trabajo
- **Las minorías étnicas:** Tratando de que nuestra mano de obra refleje la diversidad de los clientes y consumidores a los que Sodexo sirve
- **Personas con discapacidad:** reclutar, contratar y desarrollar colaboradores con necesidades especiales y estar atento a sus necesidades de alojamiento

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Reporte de Diversidad e Inclusión AF10
- Catálogo de Buenas Prácticas 2010
- Premios y reconocimientos

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### EN TODO EL MUNDO SWIFT

En junio del 2009, Sodexo puso en marcha el "Sodexo Women's International Forum for Talent" (*SWIFT*) para avanzar en nuestra estrategia de género global, ampliar la representación de la mujer en los niveles más altos de la organización y aumentar la participación de todas las mujeres. *SWIFT*, que comprende 20 ejecutivas senior que representan 12 nacionalidades, se centra en la identificación de acciones específicas y resultados necesarios para que Sodexo logre un nivel de 23-25% de representación femenina en su top 300 antes del 2015



### REINO UNIDO Champion de la Diversidad e Inclusión

En el 2009, Sodexo capacitó a más de 35 colaboradores como Champion de la Diversidad e Inclusión a través de un programa llamado "entrena al entrenador" "formador de formadores" antes de iniciar un programa obligatorio de un día de duración, "Espíritu de Inclusión," para todos los gerentes. Desde septiembre del 2009, más de 2.000 gerentes de Sodexo han participado en el programa de "Espíritu de Inclusión" y, como resultado, Sodexo fue reconocido como una empresa líder por sus esfuerzos en el Reino Unido por DiversityInc, una organización comprometida con las mejores prácticas de la diversidad y la evaluación comparativa. Para apoyar al programa "Espíritu de Inclusión", Sodexo ha producido una serie de Hojas Informativas de Inclusión, que incluyen guías para fiestas culturales y religiosas durante todo el año que se publican a través del informativo de correo electrónico semanal enviado a todos los directores.

#### CONTACTO:

**Jean-Michel MONNOT**

Vice Presidente, Diversidad & Inclusión del Grupo  
[jean-michel.monnot@sodexo.com](mailto:jean-michel.monnot@sodexo.com)

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

- Sustener y mejorar el compromiso de liderazgo
- Aumentar la contratación, el desarrollo, la participación y la retención de talentos
- Incrustar Favorecer la diversidad e inclusión en todos los niveles y funciones para fomentar una cultura de inclusión
- Hacer de la diversidad e inclusión una ventaja competitiva para hacer crecer nuestro negocio

### ■ ETAPAS

- Lanzar consejos de diversidad en el Reino Unido, Bélgica, Colombia, Brasil y Chile
- Asegurar que los Comités Ejecutivo de todos los países tengan plena comprensión del business case para la diversidad y la inclusión
- Expandir tutorías a Canadá, Brasil, Colombia y Chile
- Expandir arreglos de trabajo flexibles a países como sea apropiado y desarrollar plataformas de recursos on-line a nivel mundial
- Desarrollar redes de la mujer en Europa y expandirlas a Canadá y el Reino Unido
- Implementar entrenamiento del Espíritu de Inclusión
- Entregar entrenamiento Impartir formación web Generations en Estados Unidos, Canadá, Alemania, Reino Unido y Bélgica
- Entrenamiento piloto Micro desigualdades
- Expandir eventos de diversidad e inclusión para clientes en América Latina, Europa y los Estados Unidos
- Expandir la diversidad de proveedores en el Reino Unido y Europa

## RENDIMIENTO

### ■ KPIs (INDICADORES CLAVE)

- Aumento de un 10% en la representación de género en el Grupo de Líderes Senior (GSL, por sus siglas en inglés)
- En la encuesta más reciente de contratación, la satisfacción de diversidad ha aumentado un 4% a nivel mundial, con un 83% considerando que en Sodexo, los colaboradores que son diversos representan la diversidad son valorados por las diferencias que traen al lugar de trabajo (tomado de la Encuesta de Contratación D&I resultados AF10)
- Este año, 30.000 colaboradores han sido capacitados en diversidad e inclusión a través de la formación del Espíritu de Inclusión de Sodexo
- 26 países están comprometidos con los Planes de Acción de Diversidad e Inclusión

### ■ RECONOCIMIENTO Nº EN DIVERSITYINC

Sodexo ocupó el primer lugar entre las empresas Top 50 en Diversidad en DiversityInc 2010 en los Estados Unidos.



# Salud & Seguridad

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ ESTÁ INVOLUCRADO SODEXO

Estamos firmemente convencidos de que la calidad de vida contribuye al progreso de los individuos y a la eficacia de las empresas. **La seguridad es una cuestión estratégica para Sodexo, porque es una cuestión fundamental de la Calidad de Vida. Todas las operaciones del Grupo tienen sistemas de administración de seguridad que continuamente se están mejorando.**

### ■ CÓMO LLEGAMOS AHÍ

Todas nuestras operaciones tienen sistemas de administración de seguridad que se están mejorando continuamente. A nivel mundial, estamos trabajando para coordinar varias iniciativas, entre ellas:

- La aplicación de nuestra Política Global de Seguridad Alimentaria e Higiene.
- El desarrollo de un sistema de Informe Global de Incidentes y Respuestas.
- El desarrollo de una Política de Servicios Globales de Infraestructura y Equipamiento a través de la armonización de nuestras políticas y procedimientos actuales.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Nuestras políticas globales incluyen como requisito específico que las políticas locales y los procedimientos estén alineados con lo primero.

Una parte fundamental de nuestro proceso de aplicación es incrustar integrar políticas y procedimientos globales dentro de nuestros procesos de gestión existentes. Por ejemplo, los elementos clave de la **Política de Higiene y Seguridad Alimentaria Global** son ahora incluidos en el Marco de Control del Grupo (programa CLEAR, ver la página 25) como controles clave, que son auditados y monitoreados. Las políticas globales también incluyen requisitos específicos – con respecto a la inducción y la formación del personal, por ejemplo – que refuerzan la aplicación local.

La aplicación general de nuestras Políticas de Seguridad Global está supervisada por el Consejo de Directores de Sodexo, y este año se presentó una actualización de la aplicación de la Política de Higiene y Seguridad Alimentaria Global. Fue presentada a la Junta este año.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

### EN TODO EL MUNDO

#### Encontrar los principales riesgos relacionados con el trabajo

En nuestra unidad de negocio de Sitios remotos, que comprende más de 40 países, grabamos datos de incidentes HSE y preparamos un informe consolidado cada año para evaluar y hacer un seguimiento de los principales riesgos relacionados con el trabajo y proporcionar recomendaciones para reducirlas al mínimo. Además de desarrollar programas de prevención especial en respuesta a los incidentes (por ejemplo, cursos de manejo defensivo) cursos de conducción segura, los datos HSE recogidos también se adaptaron: se recoge información sobre distancias manejadas recorridas en los vehículos de la empresa es ahora recopilada, por ejemplo, para que los riesgos pueden entenderse mejor.

### CONTACTO:

**Alastair Davey**

Director Global de Salud y Seguridad  
[alastair.davey@sodexo.com](mailto:alastair.davey@sodexo.com)

## RENDIMIENTO

	AF08	AF09	AF10
<b>Seguridad alimentaria - Fuente de alimentación</b>			
% de países que tienen un procedimiento escrito para la autorización de nuevos proveedores de alimentos que incluye el proceso de gestión de inocuidad de los alimentos proceso de administración de seguridad de alimentos (3) (3)		94.9%	95.6%
<b>Seguridad alimentaria - auditorías de sitio %</b>			
Número promedio de auditorías de seguridad alimentaria por sitio centro de servicio de alimentos(4)		2.0	2.0
(3) Base para la consolidación de Soluciones de Servicio On-site		95%	96%
(4) Base para la consolidación de Soluciones de Servicio On-site		95%	95%

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Chile- 2010

Sodexo recibió un premio por sus altos niveles de seguridad por segundo año consecutivo. El Grupo ha estado trabajando bajo las normas de seguridad con la Asociación Chilena de Seguridad ACHS, una maniobra que ha reducido las tasas de accidente en un 70% y ha ayudado a la empresa a alcanzar las dos millones de horas de trabajo sin accidentes en Los Bronces y El Tesoro, dos minas locales.

#### Encuesta de Contratación de Colaboradores 2010:

- 86% de los encuestados dice que el entorno de trabajo físico es apropiado para el tipo de trabajo que realizan
- 89% de los encuestados dice que la seguridad en el trabajo se consideran importantes aquí

Fuente: Hewitt



### AMÉRICA DEL NORTE

#### Calendario de toma de conciencia de seguridad

El equipo de Gestión de Riesgos ha desarrollado un calendario para el AF10 que se centra en la salud y la seguridad, una herramienta que se utilizará por los directores de cada unidad como una guía de seguridad y una herramienta de evaluación de la cultura sobre la seguridad. Cada página del calendario mensual muestra importantes mensajes de seguridad a través de dibujos hechos por hijos de los colaboradores de Sodexo, una conversación sobre seguridad que apunta a cuestiones de seguridad y comportamiento claves, una lista del comportamiento de seguridad para ser utilizada como una observación basada en el comportamiento y un proceso de retroalimentación, y un consejo de seguridad. Los días del mes muestran iconos con códigos de colores que hacen hincapié en las actividades de seguridad y avisan sobre la finalización de las auditorías de seguridad en el inventario base en línea de base, las iniciativas de formación, reuniones de la comisión de seguridad y mucho más.

## ESTRATEGIA

El Consejo de Directores establece la estrategia corporativa y define la política del Grupo, nombra a los funcionarios corporativos para dirigir el negocio, supervisa la gestión de la empresa, evalúa los procedimientos de control interno y supervisa la calidad de la información proporcionada a los grupos de interés y a los mercados financieros en los estados financieros y en conexión a transacciones financieras importantes.

El Consejo de Directores se rige por el Reglamento Interno de la Junta, que define la misión de la Junta, establecer el número de miembros de la Junta, establecer los estatutos de los directores y determinar el número mínimo de reuniones del Consejo y la asignación de honorarios para los directores. El Reglamento Interno también establece criterios de evaluación para la eficacia de la Junta, organiza la delegación de poderes para el Director General y define la política para la expedición de garantías.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ PRESIDENTE DEL CONSEJO DE DIRECTORES

El Presidente del Consejo de Directores representa a la Junta y organiza y dirige su labor, la que informa a los grupos de interés en la Reunión Anual.

### ■ LOS ESTATUTOS DE LOS DIRECTORES

Cada director personalmente debe poseer al menos 400 acciones de Sodexo.

Los directores tienen que dar a conocer a la Junta todos los conflictos de interés reales o potenciales y deben abstenerse de votar sobre esas cuestiones.

### ■ DIVERSIDAD

El Consejo de Directores tiene trece miembros, cuatro de los cuales son mujeres, que representan casi una tercera parte de todos los directores. Nueve miembros de la Junta son franceses, dos son estadounidenses, uno es canadiense y uno es británico.

### ■ INDEPENDENCIA DE LOS DIRECTORES

El Comité de Nominaciones proporciona periódicamente al Consejo de Directores una lista de Directores calificados como independientes, para cumplir con los criterios de independencia de director como se indica en el código de la AFEP-MEDEF.

Durante el año fiscal 2010, seis miembros de la Junta se consideraron directores independientes, como se define anteriormente.

### ■ REUNIONES

El Consejo de Directores celebró siete reuniones durante el año fiscal 2010. La tasa media de asistencia durante el año fiscal 2010 fue de un 95%.

- El comité de auditoría se reunió tres veces durante el año fiscal, con una tasa promedio de 57% de asistencia.
- El comité de nominación se reunió formalmente una vez en el año fiscal 2010, con una tasa de asistencia de un 100%
- El comité de compensación se reunió dos veces durante el año fiscal y la tasa de asistencia promedio fue de un 100%

### ■ DIRECTOR GENERAL

Desde el 1 de septiembre del 2005, las funciones del Presidente de la Junta Directiva y del Director General se separaron y Michel Landel se convirtió en el Director Ejecutivo de Sodexo, sucediendo a Pierre Bellon.

En su papel como Director General, Michel Landel es apoyado por un Comité Ejecutivo, que constaba de ocho miembros en el 31 de agosto del 2010 (hubo nueve miembros al 1 de septiembre del 2010).

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Documento de referencia AF10
- Sección financiera

## ■ COMITÉ EJECUTIVO

El Comité Ejecutivo se reúne una vez al mes y es la piedra angular de la estructura de gestión. Es responsable no sólo de debatir y formular estrategias para recomendar al Consejo de Directores, sino también de supervisar la aplicación de estas estrategias una vez que la Junta las ha aprobado. El Comité Ejecutivo realiza un seguimiento de la aplicación de planes de acción, monitorea el rendimiento de la unidad de negocio y evalúa los beneficios potenciales de oportunidades de crecimiento y los riesgos inherentes a las operaciones de sus negocios.

## ■ DEPARTAMENTO DE AUDITORÍA INTERNA DEL GRUPO

El Vicepresidente Senior y el Director de Auditoría Interna informan directamente al Presidente de la Junta, a fin de garantizar la independencia de la Auditoría Interna del Grupo dentro de la organización. El Director de Auditoría Interna trabaja en estrecha colaboración con el Presidente de la Comisión de Auditoría, celebrando reuniones informales.

## ■ GESTIÓN DE RIESGOS Y CONTROL INTERNO

Sodexo ha puesto en marcha un procedimiento para la identificación sistemática de los principales riesgos, diseñados para garantizar que los riesgos sean evaluados y gestionados en el nivel apropiado dentro de la organización. Medidas para controlar riesgos son aplicadas ya sea a nivel local o de Grupo, dependiendo de su naturaleza.

El sistema de control interno tiene sus raíces en los valores y políticas del Grupo, tal como se define por sus directivos y se implementa en cada entidad considerando las condiciones locales.

El proceso de identificación de riesgos se lleva a cabo en paralelo a nivel central para el Grupo y localmente:

- El Comité Ejecutivo del Grupo regularmente actualiza la matriz de riesgo del Grupo y lo somete a la Comisión de Auditoría y al Consejo de Directores;
- como parte del programa CLEAR, los Directores Generales de las Unidades de Negocio principales del Grupo identifican los diez a quince riesgos principales y los clasifican por orden de importancia, describen los controles establecidos con el fin de gestionarlos y evaluar su eficacia; y
- Estas evaluaciones locales son agregadas a nivel del Grupo y presentadas anualmente a la Comisión de Auditoría.

## ■ POLÍTICAS DEL GRUPO

Las políticas del Grupo están disponibles en la intranet de Sodexo. Estas políticas están siendo examinadas actualmente para permitir el entorno cambiante del Grupo y su expansión de la cartera de servicios y soluciones.

Cubren los imperativos estratégicos de Sodexo, así como guías aplicables en áreas tales como enfoques al cliente, comercialización de la oferta, desarrollo de recursos humanos, compras, política de higiene y seguridad alimentaria global, auditoría interna, finanzas, delegaciones, planificación estratégica y desarrollo sustentable sostenible. Estas políticas comprenden cinco temas principales: objetivos, políticas, procedimientos, indicadores de rendimiento e investigación e innovación.

## ■ ASISTENCIA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS A LA REUNIÓN ANUAL

La Junta Anual de grupos de interés se anuncia los anuncios oficiales publicados en la prensa, en la BALO (*Bulletin des Annonces legales Obligatoires*) en Francia y en [www.sodexo.com](http://www.sodexo.com).

El programa de la reunión está disponible en francés e inglés por al menos 15 días antes de la reunión. Se envía a todos los grupos de interés registrados y a los otros grupos de interés a petición y está disponible en [www.sodexo.com](http://www.sodexo.com).

Un webcast en vivo de la Junta Anual de grupos de interés de Sodexo es emitido en nuestro sitio Web, que permite a los grupos de interés que no pueden asistir en persona hacer preguntas y seguir la reunión y la votación de las resoluciones.

# WE DO:

## Tres prioridades y 14 compromisos

Un mañana mejor  
empieza hoy.

A través de un proceso de consultas a los grupos de interés, hemos definido tres prioridades de sustentabilidad claves y 14 compromisos:

Incrementaremos el nivel de rendimiento en nuestro camino al desarrollo sostenible mediante la participación con nuestros clientes y nuestros 380.000 empleados para integrar nuestros compromisos en los 34,000 centros de los 80 países en los que operamos. **Se incrementará el nivel de desempeño en nuestro viaje de desarrollo sostenible, a través del compromiso con nuestros clientes y nuestros 380.000 mil colaboradores para dejar en sus memorias nuestros compromisos en 34.000 centros en 80 países.**

### 3 Prioridades

### 14 Compromisos "WE DO"

NUTRICION SALUD & BIENESTAR	<ul style="list-style-type: none"><li>Desarrollaremos y promoveremos <b>soluciones para la salud y bienestar</b> para nuestros clientes, consumidores y colaboradores en todos los países en los que operamos de aquí al 2015.</li><li>Entregaremos y promoveremos <b>opciones de comida variada y equilibrada</b> a todos nuestros clientes de aquí al 2012.</li><li>Ofreceremos y promocionaremos opciones de comida <b>baja en azúcar, sal y grasas</b> en todos nuestros centros de aquí al 2015.</li></ul>
COMUNIDADES LOCALES	<ul style="list-style-type: none"><li>Lucharemos contra <b>el hambre y la malnutrición a través de nuestro programa STOP Hunger</b> en todos los países en los que operamos de aquí al 2020</li><li>Apoyaremos <b>el desarrollo de las comunidades locales</b> en todos los países donde operamos de ahora al 2015</li><li>Incrementaremos el volumen de <b>productos certificados de comercio justo</b> de aquí al 2015.</li></ul>
MEDIOAMBIENTE	<b>SUMINISTROS SOSTENIBLES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Garantizaremos el cumplimiento del <b>Código de Conducta de Proveedores</b> en todos los países en los que operamos desde ahora al 2015</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Adquiriremos <b>productos locales, de temporada o cultivados de manera sostenible</b> en todos los países en los que operamos desde ahora al 2015.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Adquiriremos <b>pescados y mariscos sostenibles</b> en todos los países donde operamos de aquí al 2015.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Adquiriremos <b>equipos y repuestos sostenibles</b> en todos los países donde operamos de ahora al 2015.</li></ul>
	<b>ENERGIA Y EMISIONES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Reduciremos nuestra <b>huella de carbono</b> en todos los países en los que operamos y en nuestros centros de aquí al 2020.</li></ul>
	<b>AGUA &amp; EFLUENTES</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Reduciremos nuestra <b>huella hídrica</b> en todos los países en los que operamos y en los centros de nuestros clientes de aquí al 2020.</li></ul>
	<b>MATERIALES &amp; RESIDUOS</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Reduciremos <b>los residuos orgánicos</b> en todos los países en los que operamos y en nuestros centros de aquí al 2015. Apoyaremos iniciativas para reutilizar los residuos orgánicos.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Reduciremos <b>los residuos no orgánicos</b> en todos los países en los que operamos y en nuestros centros de aquí al 2015. Apoyaremos iniciativas para reutilizar los residuos no orgánicos.</li></ul>

Sodexo se esforzará para informar el progreso de sus compromisos de manera regular y precisa a fin de asegurar que se cumplan los objetivos que se establezcan.



We Do

Un mañana mejor  
empieza hoy.



## WE DO:

Promover activamente Nutrición, Salud y  
Bienestar

Soluciones de Salud y Bienestar.....	27
Opciones de comida variada y balanceada.....	29
Azúcar, sal y grasas.....	31



## Soluciones de Salud y Bienestar

**Nuestro compromiso global:** De aquí al 2015, se desarrollarán y promoverán soluciones de salud y bienestar para nuestros clientes, consumidores y colaboradores en todos los países donde operamos.

### CONTACTO:

**Marie-Hélène SICARD**

Portavoz en Nutrición, Salud y Bienestar

[marie-helene.sicard@sodexo.com](mailto:marie-helene.sicard@sodexo.com)

## ESTRATEGIA

### ■ PORQUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

La relación entre dieta, actividad física y salud, es un factor determinante para las enfermedades crónicas. El bienestar es un impulso conductor para reducir el ausentismo laboral y aumentar la satisfacción de nuestros consumidores (estudiantes, pacientes, superiores...etc.). Como un líder mundial en calidad de soluciones de vida cotidiana, Sodexo, juega un rol en los hábitos de consumo de más de 50 millones de personas que servimos diariamente. En nuestros países anfitriones, nos esforzamos para informar a nuestros consumidores sobre los beneficios de una vida bien balanceada equilibrada y saludable y queremos que todos nuestros clientes y consumidores se beneficien de nuestras soluciones de bienestar y salud.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

- ➔ Desarrollar soluciones innovadoras que se adapten a los segmentos de Mercado que mejoren las condiciones de salud y bienestar en las instalaciones donde operamos, a través de:
  - Ofrecimiento de servicios que facilitan las oportunidades de un estilo de vida saludable (servicios de asistencia tales como; limpieza en seco, quioscos, cuidado infantil, ejercicios de entrenamiento y más).
  - Mejoramiento de la calidad del aire.
  - Mejoramiento de la acústica y estética.
  - Mejoramiento de las técnicas y productos de limpieza.
- ➔ Promover estas soluciones en las propuestas que se le hacen a nuestros clientes.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

### CHINA



#### Programa de Bienestar

Sodexo ha desarrollado el programa "Wellness" en la sede de Nokia para mejorar la calidad de vida dentro y fuera del lugar de trabajo. Dotado de profesionales. El "gym" es un centro de servicio físico completo, que presenta equipamiento de ejercicio, un grupo de programa de ejercicios, un programa de ejercicio, entrenamiento personal y comidas saludables. Los entrenadores del programa han proporcionado más de 1500 asesorías físicas complementarias. 407 colaboradores visitan las instalaciones de bienestar cada día, un 60% de aumento desde el 2008 y un 74 % de los 2400 colaboradores de Nokia se han registrado para el "Gym", ejercicios grupales y otros programas de bienestar.



### ESPAÑA

#### Balance de la vida laboral

Además de los servicios que incluyen sus colaboradores (vales de comida, cursos de entrenamiento, etc.), Sodexo dirige una encuesta anual para identificar sus necesidades. La compañía también está desarrollando el proyecto de política de "Apaga Las Luces", el cual estipula que ningún colaborador debe permanecer dentro de la empresa, pasadas las 7 PM sin una razón válida. También alienta el trabajo desde fuera de la oficina, y ha establecido días especiales con días con horas de trabajo reducidas. La compañía prefiere enfatizar los resultados reales logrados por sus colaboradores, más que el número de horas ocupados en alcanzar esos resultados. Sodexo ha sido reconocida por la fundación española +Familia, la que nos premió con la certificación el EFR (Empresa Familiarmente Responsable), después de una rigurosa auditoría conducida por un organismo independiente.



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, ha sido designado un Portavoz para conducir el grupo de trabajo de nutrición, salud y bienestar y para liderar un grupo de nueve expertos de Sodexo de varios lugares del mundo con el fin de implementar procesos y programas que nos permitirán cumplir nuestro objetivo para el 2015. El grupo de trabajo de nutrición, salud y bienestar se reúne de manera regular para promover el progreso en el proceso, afinar la estrategia y ayudar a la evolución del plan.

### ■ LO QUE SE VIENE

#### 2011

- Creación de pautas para nuestro grupo de trabajo de soluciones de nutrición, salud y bienestar.

#### 2012-2015

- Que todos los países implementen las soluciones de salud y bienestar.

#### 2010 Encuesta de compromiso laboral 2010

- 80% de los encuestados dijo que el balance entre trabajo y los compromisos personales están bien para ellos.

Fuente: Hewitt

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY08	FY09	FY10
% de los países que desarrollan y promueven las soluciones de salud y bienestar (5)		74.1%	79.6%
Número de países que poseen LEED, HQE, ISO 14001, o sitio certificado equivalente (6)	16	29	31
Número de centros que ofrecen servicios de atención al público (7)		522	734
(5) Bases para la consolidación de Grupo		95%	95%
(6) Bases para la consolidación de Grupo		92%	92%
(7) Bases para la consolidación de soluciones de servicio On-Site.		44%	54%

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Estados Unidos – 2010

El programa de Inspiraciones Frescas de cuidados de la salud de Sodexo ha sido premiado el 2010 al mejor concepto corporativo de gestión por la revista *Food Management Magazine*. El programa toma un acercamiento holístico a través de la interacción de una estrategia de servicio de alimentos al público, con un cuidado medioambiental y por el reconocimiento de los miembros del equipo. La familia y visitas tienen un rol que jugar en el proceso de curación y que “trabajar o visitar un hospital es una situación estresante... y la comida es una parte integral del bienestar de los médicos”.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de Soluciones de Salud y Bienestar
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de buenas prácticas 2010

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### A NIVEL MUNDIAL

##### SOLUCIONES DE SERVICIO DE CONSERJERÍA

Sodexo provee a los colaboradores con los recursos para manejar llevar a cabo de la mejor forma posible las prioridades competitivas del trabajo y de la vida. Hoy en día, los negocios enfrentan múltiples desafíos, mientras las compañías deben aumentar su productividad.

Sodexo ofrece un equipo de profesionales en atención al público para ayudar a los colaboradores empleados de nuestros clientes a que organicen sus lista de que hacerse: hoteles, viajes en avión, arriendo de automóvil, visitas y planificación de los itinerarios, reservas de restaurantes, entradas boletos para conciertos, teatro, eventos deportivos y de entretenimiento, regalos, reparaciones del hogar, pedidos a domicilio, servicios de limpieza, búsqueda de consumidor, y productos e información difícil de conseguir.



#### ITALIA

##### Campaña para dejar de fumar

Muchos colaboradores que son tabaco dependiente, quieren dejar de fumar, así que Sodexo decidió ayudarlos para superar su adicción a través de una campaña de conciencia que comenzó con la conferencia “¡Es Fácil Si Sabes Cómo!”. Por seis horas, y en grupos de 7 a 15 colaboradores, todos voluntarios, exploraron técnicas de entrenamiento formación y métodos de seguimiento.

## Opciones de comida variada y balanceada

**El compromiso de Sodexo:** Proporcionaremos y proveeremos opciones de comida variadas y equilibradas en todos los centros de nuestros clientes de aquí al 2012.

**CONTACTO:****Marie-Hélène SICARD**

Portavoz en Nutrición, Salud y Bienestar

[marie-helene.sicard@sodexo.com](mailto:marie-helene.sicard@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

La nutrición es la base para la salud y el desarrollo. Una mejor nutrición significa un sistema inmune más fuerte, menos enfermedades y más salud. El proyecto WHO establece que para el 2015 aproximadamente 2.3 billones de adultos estarán contendrán sobrepeso y más de 700 millones serán obesos. Enfrentamos a un aumento dramático de malnutrición: la obesidad y sus implicaciones a largo plazo tales como enfermedades crónicas. Cada vez más, se eligen las dietas vegetarianas o veganas por razones éticas, de salud o medioambientales.

Como un líder mundial en calidad de soluciones del día a día, Sodexo juega un rol importante en los hábitos de consumo de los más de 50 millones de personas que sirve diariamente. En nuestros países anfitriones, alentamos a informar a nuestros consumidores sobre los beneficios de una vida saludable y balanceada equilibrada y queremos que todos nuestros clientes y consumidores se beneficien de nuestras ofertas variadas y equilibradas.

#### ■ CÓMO LLEGAMOS AHÍ

- ➔ Continuar revisando nuestros menús para asegurar que nuestras ofertas promuevan una dieta variada y balanceada equilibrada para ayudar a nuestros clientes a reducir el riesgo de obesidad y malnutrición a través del:
  - Promover el consumo diario de vegetales y frutas.
  - Alentando el consumo de productos ricos en fibra.
  - Ofrecer una variada alternativa de productos que son fuente de proteínas y calcio.
  - Ofrecer bastante cantidad de líquidos.
- ➔ Hacer que estén disponibles para los clientes las alternativas vegetarianas y veganas
- ➔ Trabajar con nuestros centros para asegurar que se implementen los menús y recetas.
- ➔ Desarrollar e investigar sociedades para ayudar a encontrar soluciones para manejar necesidades específicas y alergias comunes.
- ➔ Formar a nuestro equipo para que sea capaz de aconsejar e informar a nuestros consumidores.
- ➔ Facilitar el acceso a consejos nutricionales vía web o a través de contacto telefónico.

### SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

#### NORTE AMERICA Your Health Your Way

El programa de ventas para llevar Your Health Your Way, ofrece una amplia variedad de comida rápida y bebidas en las máquinas vendedoras que se adhieren a las pautas nutricionales estrictas.

El programa combina pautas nutricionales sensibles actuales, con una selección de artículos de menú satisfactorios. Todos los platos de Your Health Your Way están hechos con los mejores ingredientes y preparados usando técnicas de bajas grasas. Nosotros también otorgamos el "certificado de salud" a nuestros centros cuando estos tienen ofertas en la que se especifica que es comida saludable "certificamos en salud" nuestras estaciones cuando ofrecen selecciones saludables específicas.

Las comidas de Your Health Your Way cumplen estas pautas nutricionales:

- 600 calorías o menos
- Libre de grasas Trans
- 100 mg de colesterol o menos
- 800 mg de sodio o menos
- Al menos 3 gramos de fibra

Más información en [www.yourhealthyourwayonline.com](http://www.yourhealthyourwayonline.com)

#### EUROPA Vitality

Desarrollado para los restaurantes de compañías en el 2006, Vitality en la oferta de Sodexo está ahora disponible en más de 500 centros en Europa. El concepto, adaptado a los variantes gustos de cada país, es simple: aumentar la conciencia de los consumidores sobre la importancia de una dieta saludable y balanceada equilibrada y así, contribuir al un bienestar general.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, ha sido designado a un Portavoz para conducir **el grupo de trabajo de nutrición, salud y bienestar** y para liderar un grupo de nueve expertos de Sodexo de varios lugares del mundo con el fin de implementar procesos y programas que nos permitirán cumplir nuestro objetivo para el 2015. El grupo de trabajo de nutrición, salud y bienestar se reúne de manera regular para promover el progreso en el proceso, afinar la estrategia y ayudar a la evolución del plan. El 2010, Sodexo comenzó a revisar y modificar sus menús para asegurar que nuestras ofertas promovieran una dieta variada y equilibrada balanceada para ayudar a nuestros clientes y consumidores a reducir el riesgo de obesidad y mal desnutrición.

### ■ ETAPAS

#### 2011

Se finalizan y comunican las pautas de grupo de las opciones de alimentos variados y balanceados.

#### 2012

Que todos los centros hayan implementado al menos una acción de la lista definida.

## RENDIMIENTO

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de los países en donde los menús y recetas se revisan por un nutricionista calificado (8)	94.0%	94.0%
Número de nutricionistas registrados colaboradores por Sodexo (9)	2 476	3 328
% de países que tienen asistencia telefónicas o líneas web para proporcionar información nutricional a los consumidores (10)	69.1%	70.0%
(8) Bases para la consolidación de soluciones de servicio On-Site	91%	92%
(9) Bases para la consolidación de soluciones de servicio On-Site	93%	95%
(10) Bases para la consolidación de soluciones de servicio On-Site	93%	95%

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Reino Unido

En Junio del 2010, Sodexo ganó la competencia « Secondary School Healthy Schools Caterer » organizada por California Raisins en su demostración "For You", la cual demostró el compromiso de la empresa para alentar a sus pupilos alumnos para que adopten un estilo de vida más saludable. Sus menús fueron diseñados nutricionalmente por el propio equipo de nutricionistas de Sodexo y se les pidió que cumplieran con los estándares establecidos por School Food Trust. Esto se consiguió mucho antes del plazo establecido.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de opciones de alimentos equilibrados y variados
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de buenas prácticas 2010
- Premios y Reconocimientos

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### A NIVEL MUNDIAL ¡NATURAL!

¡NATURAL! es un concepto de bebida que fue creado en España y después llevado Francia, Italia, Finlandia, Singapur, China, los Estados Unidos, Rusia y Países Bajos. El concepto apunta a llevar los beneficios de comer frutas y como ayuda al metabolismo. ¡Natural! tiene seis clasificaciones para varias de las recetas involucradas – Protector, energizante, rejuvenecedor, adelgazante, antiestrés y desintoxicante – todos basados en productos 100% naturales sin concentrados ni azúcar agregada. Natural! también está preocupado por el medioambiente, por lo tanto utiliza envases biodegradables.



### AMERICA LATINA Programa "Comer Sano Vivir Bien"

« Comer Sano Vivir Bien » es un programa nutricional para el control de peso que educa a nuestros consumidores en Buenos hábitos nutricionales que mejorarán su salud y su bienestar. Este programa les da la pauta que se requiere para las comidas nutritivas basadas en un consumo de calorías recomendado. Un nutricionista evalúa a quienes están interesados en el control del peso y hábitos saludables y les da pautas personalizadas. El programa está implementado en 105 centros, que incluyen 77 centros de clientes, beneficiando a más de 10.000 personas. Esta oferta se ha implementado en 16 colegios en Chile, donde el 22% de los niños tienen sobrepeso.

## Azúcar, sal y grasas

**El compromiso de Sodexo:** Ofreceremos y proporcionaremos opciones de comida con una reducida cantidad de baja en azúcar, sal y grasas en todos los centros de nuestros clientes de aquí al 2015.

### CONTACTO:

**Marie-Hélène SICARD**

Portavoz en Nutrición, Salud y Bienestar

[marie-helene.sicard@sodexo.com](mailto:marie-helene.sicard@sodexo.com)

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

La población de muchos países tiene dietas con un alto contenido entrado ende sal, azúcar y grasas por encima de que son más altas que las recomendaciones nacionales e internacionales. Productos procesados, en particular, contienen altas cantidades de las tres. En nuestros países anfitriones, alentamos a informar a nuestros consumidores sobre los beneficios de una vida saludable y bien balanceada. Apuntamos también tenemos como objetivo a combatir la obesidad y malnutrición, a menudo unidos a las altas entradas de azúcar, sal y grasas.

#### Recomendaciones Nutricionales:

1. Reducir el consumo de grasas.
2. Cambiar el consumo de grasa saturada a no saturada y a la eliminación de ácidos grasos Trans.
3. Limitar la entrada de azúcares simples.
4. Reducir el consumo de sal (sodio) de todas las fuentes.
5. Asegurarse que la sal sea ionizada.

### ■ CÓMO LLEGAMOS AHÍ

- ➔ Mejorando y cumpliendo el del código de conducta de la cadena de abastecimiento.
- ➔ Revisando el contenido de Sodio en los productos actuales.
  - Apoyar el desarrollo de productos libres con bajo contenido reducido en sodio
  - Revisar y mejorar los estándares existentes del código de conducta de la cadena de abastecimiento relacionado con la nutrición y sus aditivos.

- Comprometerse en las auditorías de los proveedores para asegurar el cumplimiento de estos nuevos estándares por parte del proveedor.
- Todos los proveedores deben firmar el código de conducta de aquí al 2015.

➔ En los centros - Los objetivos de la reducción de sodio en las recetas

- El desarrollo del menú y la receta para incluir opciones e iniciativas libre y reducidas en sodio
- Reducir la cantidad promedio de sodio en las 100 recetas más usadas al 25% en los 2 próximos años y al 50% en los próximos 5 años.
- Se reduce la sal añadida y se usan como alternativa realizada de sabor tales como las hierbas.
- Implementación del software nutricional
- Ofrecer desarrollo centrado en salud y bienestar sobre la reducción de sodio.
- Inclusión de material de marketing en los kits de marketing.

➔ Educación y conciencia para facilitar el cambio de comportamiento

- Ofrecer guía/educación a los consumidores y colaboradores.
- Comunicar y remarcar los artículos reducidos en sodio en los menús.
- Aumentar la cantidad de alimentos locales que sean frescos, para disminuir la cantidad de alimentos procesados.
- Días de conciencia de la Salud.
- Proporcionar información nutricional en un punto de selección.
- Identificar y compartir las mejores prácticas para el marketing, desarrollo, educación, compras, cocina y preparación.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### ITALIA

#### Campaña de conciencia de la sal

Durante la "semana nacional para reducir el consumo de sal y promover la sal yodizada", Sodexo exhibió afiches expuso afiches en más de 340 centros para aumentar la conciencia de los consumidores en esta materia. Entre el 2005 y el 2009, Sodexo documentó un aumento de un 85 % de aumento en el uso de sal yodizada en sus restaurantes.



### AUSTRALIA

#### Programa Smartfuel

El programa Smartfuel se enfoca principalmente en identificar las opciones de comida saludables, tales como, los bajos en grasa, grasa saturada y comidas bajas en grasas. El programa está implementado actualmente en los segmentos de Sodexo de: Defensa, Sitios remotos y Servicios Corporativos en más de 44 sucursales. Sodexo ha desarrollado en sus centros, un programa más específico para personas de la tercera edad. Lanzado en mayo del 2010, el programa ahora se ha implementado en 30 centros. Se sirven 65.100 comidas por semana, además de 43.000 entremeses.

El programa incluye:

- 300 recetas que son analizadas nutricionalmente.
- Información sobre cuidados de a personas de la tercera edad para asistir al equipo en el uso diario para visitas de acreditaciones por la Agencia de acreditación « Aged Care Standards and Accreditation Agency »

Además, Sodexo está introduciendo información estandarizada que traerá beneficios en términos de la reducción de costos de los alimentos y menos desperdicio.



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado un Portavoz para conducir el grupo de trabajo de nutrición, salud y bienestar y para liderar un grupo de nueve expertos de Sodexo de varios lugares del mundo con el fin de implementar procesos y programas que nos permitirán cumplir nuestro objetivo para el 2015. El grupo de trabajo de nutrición, salud y bienestar se reúne de manera regular para promover el progreso en el proceso, afinar la estrategia y ayudar a la evolución del plan.

A través de toda la cadena de Sodexo, desde los proveedores hasta los consumidores finales, buscamos en las decisiones, (puntos de control) de todas las maneras y medios reducir el contenido de sal, en el 2010, nuestro primer objetivo fue la sal; investigamos que exigencias se necesitaban hacer en cuanto a los aditivos (realzadores de sabor) con sal integrada provenientes de nuestros proveedores principales. Están en marcha pautas y metodologías para reducir el consumo de sal la entrada de sal. En el 2011, lanzaremos programas de formación, educación, desarrollo y concienciación sobre la reducción del consumo de sal.

### ■ ETAPAS

#### 2011

- programas de formación, educación, desarrollo y concienciación sobre la reducción del consumo, más el impacto posible de los KPI en las mediciones de contenidos de sal.
- se finalizan y comunican las pautas grupales sobre el azúcar y las grasas.
- Todas las ofertas de los grupos respeten las pautas de los grupos.

#### 2012

- asegurar que todos los productos disponibles a través de los proveedores globales cumplan con las pautas de grupo.

#### 2015

- asegurar que todos los menús cumplan con las pautas de grupo.
- cero grasas Trans en todos los productos.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

### PAÍSES BAJOS

#### Certificación « Healthy Food Choices »

El 2007, Sodexo fue el primer proveedor de servicios de comida los Países Bajos en estar certificado bajo el Programa "Healthy Food Choices", el cual se lanzó en el año 2006 por varios fabricantes y supermercados para ayudar a los consumidores a tomar las oportunidades más sanas. Con un logo: "Choices", puesto en más de 3.000 artículos alimenticios, los consumidores están provistos con la información y estimulados a comer alimentos más sanos. Con este fin, los productos de Sodexo, han sido modificados o desarrollados para contener menos cantidad de sal, grasas saturadas y azúcar. Para ayudar a traspasar el mensaje correcto, se han formado a 1.875 colaboradores dentro de las 625 ubicaciones de los restaurantes certificados desde el 2007.

## RENDIMIENTO

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de los países que tienen establecido y eliminado productos y prácticas identificadas (11)	67.7%	65.7%
(11) Bases para la consolidación de soluciones de servicio On-Site	95%	95%

*En el AF10, dos países adicionales establecieron y eliminaron productos y prácticas identificadas, al mismo tiempo, el peso relativo de los países existente disminuyó, haciendo que nuestro indicador general disminuyera.*

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de azúcar, sal y grasas
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de buenas prácticas 2010



### FINLANDIA

#### Campaña « Healthy Snack Pass »

Lanzado en el 2005, la campaña « Healthy Snack Pass », apunta a enseñarles a los niños a comer correctamente y luchar en contra de los malos hábitos alimenticios. El « Healthy Snack Pass » se vende a los estudiantes que compran snacks de la selección diaria de Sodexo. Cada Snack trae una calcomanía, con 10 calcomanías, les permite obtener una gratis. Además de ser sabrosos, los productos seleccionados le prestan una especial atención a la cantidad de grasas, azúcar y fibra que contienen. En el 2009, Sodexo vendió 3.740 pasas en 24 escuelas, y apunta a incrementar esa cantidad a 5.000 pasas por año en 30 escuelas.





We Do

Un mañana mejor  
empieza hoy.



## WE DO:

### Apoyar el desarrollo de las Comunidades Locales

Iniciativa STOP Hunger .....	34
Desarrollo de las Comunidades Locales.....	36
Productos certificados con sello de comercio justo .....	38



## Iniciativa STOP Hunger

El **compromiso de Sodexo**: Combatiremos el hambre y la malnutrición a través de nuestra iniciativa STOP Hunger en todos los países donde operamos de aquí al 2020.

**CONTACTO:**

**Blakey Emmett**

Director Global de STOP Hunger

[blakey.emmett@sodexo.com](mailto:blakey.emmett@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

Más de un billón de personas a nivel mundial están desnutridos, lo que se traduce en que una de cada seis personas no obtienen la suficiente comida para estar sanos y llevar una vida activa normal. Con más de 380.000 colaboradores trabajando en 80 países alrededor del mundo, nuestro alcance global nos pone en una posición de tener un impacto inmenso en la lucha contra el hambre. Si se combina nuestra experticia en nutrición y nuestra misión y valores, la lucha contra el hambre está hecha a la medida para Sodexo. Hemos extendido la conciencia a los temas de desnutrición y comprometido a todas las comunidades de Sodexo y el importante trabajo en terminar con el hambre. El plan continúa así.

***Testimonial:** "El programa "Feeding Our Future" permite a nuestra familia a tener nuestro pago. Desde que a mi marido le pagan cada dos semanas, a veces es difícil administrar el dinero porque los alimentos se han vuelto muy caros. Este programa es una gran bendición". -*

*Beneficiaria del programa de alimentos gratis de Sodexo "Feeding Our Future" en EE.UU. en la Ciudad de Oklahoma.*

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

A través de la iniciativa de STOP Hunger, los colaboradores unen fuerzas para combatir el hambre y malnutrición en sus comunidades y trabajar para comprometer a sus clientes, consumidores, vendedores y miembros de la comunidad. Los tres objetivos principales de la iniciativa son: aumentar la conciencia del problema del hambre, aumentar el número de países con el programa de STOP Hunger, y el número de colaboradores comprometidos con la iniciativa.

La iniciativa STOP Hunger de Sodexo tiene cuatro componentes principales:

1. **Voluntariado:** participar en actividades que apoyen a organizaciones en la lucha contra el hambre y a aquellos que lo necesiten a través de esfuerzos, tales como clasificación y preparación de la comida, servir comidas y desarrollando mantenimiento.
2. **Compartir el conocimiento:** El compartir la experticia técnica, informaciones y servicios con los colaboradores que combaten el hambre y aquellos que lo necesitan. La iniciativa incluye proveer información y recetas dietéticas, formación a los colaboradores en la lucha contra el hambre en cuanto a inocuidad en los alimentos y servicios gratis de asistencia de marketing finanzas y legales.
3. **Donaciones de alimentos:** donar alimentos perecibles y no perecibles a organizaciones que se dedican a la lucha contra el hambre a través de colectas de alimentos y donaciones provenientes de los excedentes.
4. **Asistencia financiera:** patrocinando y apoyando programas que combatan el hambre y la malnutrición. Las iniciativas de largo alcance, incluyen patrocinar programas de comidas para los niños necesitados y proveer apoyo para ayudar a las organizaciones a comprar comida nutritiva que tanto se necesita para sus beneficiarios.

Estos componentes principales nos proporcionan un marco en el cual nuestros países anfitriones pueden crear sus propios programas que pueden hacerse a medida por cada país de acuerdo a su cultura, leyes y negocios.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

El director global de STOP Hunger es responsable de ser un líder estratégico para los 80 países anfitriones mientras presentan, mantienen y expanden programas de acuerdo con la misión y metas de la iniciativa. El progreso de los informes y las comunicaciones regulares entre los países y el director, como también, la interacción entre los países, ayuda a optimizar todos los activos, incluyendo fuentes, buenas prácticas y sociedades. El liderazgo superior apoya los esfuerzos de la iniciativa de STOP Hunger asociados con los intereses individuales de los colaboradores en ayudar a que sus comunidades trabajen para preservar los programas.

Los programas especiales globales, como el organizado por Sodexo, Servathon, que se realiza cada mes de abril, ayuda a comprometer a más y más colaboradores cada año en estas iniciativas. Durante la Servathon, los colaboradores unen fuerzas para combatir el hambre en sus comunidades locales. En el 2010, **28 países** de Sodexo participaron en Servathon, la cual involucró a más de **39.000 colaboradores** y la donación de **175 toneladas métricas** de alimentos. Las actividades incluyeron la donación y servicio de comida, compartir la experiencia de Sodexo proveyendo educación en inocuidad de alimentos e higiene, recolección y donación de alimentos perecibles y no perecibles y recaudación de fondos a través de promoción de productos, colectas y torneos de golf.

### ■ ETAPAS

**2015:** Iniciativas en la lucha contra el hambre establecidas en 40 de los países de Sodexo.

**2020:** Iniciativas en la lucha contra el hambre establecidas en los 80 países de Sodexo.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY08	FY09	FY10
Número de países que han implementado la iniciativa de STOP Hunger	24	32	39
Número de los principales programas de STOP Hunger.	298	368	422
Número de sociedades con organizaciones no gubernamentales y asociaciones.	223	240	272

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Rusia – 2009

El programa de Rusia de STOP Hunger ganó el premio al “mejor programa que contribuye al desarrollo de la cultura de caridad en la sociedad”, organizado por *Vedomosti*, un muy respetado diario, cuya misión es informar a los lectores rusos de los eventos económicos, políticos, financieros y corporativos y por la Cámara de Comercio de la Federación Rusa, que está encargada de desarrollar filantropía y mejorar la legislación en cuanto a las ONG.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Folleto STOP Hunger y año 2009 en reseña
- Video de Servathon
- Noticias de STOP Hunger
- Premios de de STOP Hunger
- Sección de de STOP Hunger
- Catálogo de buenas prácticas 2010
- Presentación del Better Tomorrow Plan

Y también:

#### ■ [WWW.STOPHUNGERTODAY.ORG](http://WWW.STOPHUNGERTODAY.ORG)

- Pagina web sobre los hechos sobre el programa de comida mundial en [www.wfp.org](http://www.wfp.org)

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### A NIVEL MUNDIAL

#### Servathon de Sodexo

Como parte de la iniciativa STOP Hunger de Sodexo, los colaboradores alrededor del mundo unen fuerzas cada abril para combatir el hambre en sus comunidades locales durante Servathon de Sodexo.

Una muestra de las actividades de Servathon el 2010:

- En México, las donaciones de 7.200 colaboradores, permitieron la contribución con 5 toneladas de semillas y granos que se solicitaron y que fueron necesarios a siete bancos de alimentos en nueve estados.
- En Austria, la recaudación de fondos se llevó a cabo en todas las oficinas y restaurantes, mientras los equipos trabajaban voluntariamente con las organizaciones locales de lucha contra el hambre.
- En China, los colaboradores trabajaron voluntariamente en un banco de comida local y los equipos recolectaron cerca de 2.000 alimentos para los más necesitados.
- En los Estados Unidos, miles de colaboradores participaron en las actividades de Servathon, incluyendo el re-embalaje de más de 4.000 kilos de alimentos para su distribución, cerca de 8.000 comidas en un solo lugar.
- En Tailandia, Sodexo y 200 clientes voluntarios, organizaron una comida especial para 1.800 niños huérfanos. Los colaboradores también repintaron el orfanato y lo equiparon con utensilios de cocina, ventiladores de techo y compresores de aire.
- En Francia, los colaboradores de la casa matriz de Sodexo, recolectaron 8.000 kilos de comida de los colaboradores y vendedores para la distribución a tiendas sociales y ONG locales.



### PERU

#### Compartiendo nuestra experticia en nutrición e inocuidad en los alimentos

Durante el año pasado, los equipos de Sodexo Perú junto con clientes que incluyen a Chinalco y Barrick, ayudaron a más de 2.000 personas necesitadas a través de sesiones de formación y donaciones de alimentos y otorgando comidas gratis. En las múltiples comunidades del país, los equipos llevaron a cabo talleres y ferias de comidas que cubrieron temas como la nutrición, el lavado de manos, la manipulación segura de los alimentos, y cocinar con elementos que son rentables y de fácil acceso. Las mujeres y niños fueron el objetivo principal de estos eventos, y de tal modo impactando a familias enteras y asegurando que los niños aprendiesen buenos hábitos desde una corta edad. Los asistentes fueron capaces de probar las preparaciones, practicar lo que aprendieron sobre higiene, y en muchos casos, se les presentó una canasta de con alimentos para ayudar a complementar las necesidades de sus familias. Estos esfuerzos son los que reflejan las acciones de Sodexo Perú en el pasado año, permitiendo que miles de miembros de las comunidades se beneficiaran de la experiencia de Sodexo en áreas tales como la nutrición y la seguridad en los alimentos.



# Desarrollo de las Comunidades Locales

**El compromiso de Sodexo:** Apoyaremos el desarrollo de las comunidades locales en todos los países donde operamos de aquí al 2015.

## CONTACTO:

**Dolores Larroque**

Portavoz en Desarrollo de Comunidades Locales

[dolores.larroque@sodexo.com](mailto:dolores.larroque@sodexo.com)

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

Sodexo opera en 80 países y de nuestros 380.000 colaboradores a nivel mundial, el 97% son contratados localmente. Los servicios que proveemos dentro del alcance de los proyectos de nuestros clientes, nos llevan a operar en los países anfitriones donde es clave para todos los interesados, maximizar el impacto positivo para el beneficio de las comunidades locales. Los servicios que brindamos en el ámbito de los proyectos de nuestros clientes nos llevan a actuar en los países de acogida, donde es clave para todas las partes interesadas para maximizar el impacto positivo de un proyecto a beneficio de las comunidades locales.

La movilización de las comunidades locales para combatir el desempleo y la pobreza es crucial en los países desarrollados y en vías de desarrollo. Debido a que un cuarto de la población del mundo está viviendo con menos de \$1 dólar diario y al menos el 80% de la humanidad vive con menos de \$10 dólares diarios.

Nuestro objetivo es ayudar a reducir los bajos ingresos, desempleo, la desigualdad y la exclusión, fuerza local de trabajo no calificado, falta de infraestructura y calidad insuficiente para alguno de los productos de origen local. A través de nuestras acciones, las comunidades locales serán capaces de desarrollar y extenderse, mientras que Sodexo se beneficiará con colaboradores con mayores y mejores habilidades y proveedores y productos de más alta calidad.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

La meta de Sodexo en el apoyo a las comunidades está apuntada a mejorar su HUELLA SOCIAL dentro de los países anfitriones. Esto impulsará las condiciones para una más alta calidad en la vida diaria en las comunidades locales cerca de las sucursales operativas. Hemos basado nuestro compromiso y plan de acción en varias iniciativas ya puestas en marcha dentro de la compañía. A través de dos objetivos principales, hemos trazado iniciativas desafiantes que son parte de los componentes en el programa mundial que ahora está en progreso.

#### A. Mejorando la empleabilidad para promover la cohesión social en los países donde operamos

*La cohesión social significa luchar contra la pobreza, desigualdad y exclusión social.*

1. Establecer sociedades estratégicas para promover los programas de inclusión social en los países donde operamos
2. Reclutar localmente en gran medida en los centros de nuestros clientes entre nuestras comunidades impactadas,
3. Proporcionar programas de formación laboral en los centros de nuestros clientes y estimular el avance de nuestros colaboradores
4. Promover acciones en apoyo de la educación, empleo, y salud dentro de las comunidades locales en los países en los que operamos.

#### B. Manteniendo el desarrollo económico en los países en los que operamos

*Para mejorar el estándar de vida y aumentar la competitividad de nuestros socios*

1. Ayudar a establecer cadenas de abastecimiento local y crear o mejorar infraestructuras en las regiones en las que operamos
2. Ayudar y apoyar a las comunidades locales a crear negocios locales y encontrar oportunidades de mercado local sostenibles fuera de Sodexo
3. Capacitar a los proveedores locales para que satisfagan los requerimientos de calidad internacionales y los asistan para lograr la acreditación de negocios de Sodexo en las regiones donde operamos
4. Participar en iniciativas para reducir el impacto de crisis de emergencia humanitaria entre nuestras comunidades impactadas.



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

→ Como parte del proceso de la implementación del Better Tomorrow Plan, ha sido designado un portavoz para conducir llevar a cabo el compromiso del desarrollo de la comunidad local y para liderar un grupo de seis expertos de varias localidades de Sodexo. **El grupo de trabajo del desarrollo de la comunidad local** se reúne mensualmente para promover el progreso en el proceso, afinar la estrategia y ayudar a que el plan evolucione.

→ El objetivo es definir un programa a nivel mundial e implementar procesos para lograr nuestro compromiso final para el 2015 a más tardar, en todos nuestros países. Dependemos de la experiencia más avanzada de ciertos países en esta material, particularmente Canadá, Australia, Perú, Madagascar y Tanzania, compartir las mejores prácticas y crear estudios para facilitar los puntos de referencia.

1. Se ha elaborado un inventario de grupo entre mayo y marzo del 2010 para establecer los puntos de referencia de los grupos.
2. Los objetivos e intervalos se definen ahora localmente por cada país.
3. La información del inventario se usa para definir un plan de acción de un grupo y objetivos numéricos.
4. A fines de agosto, la recaudación de KPI se definió durante el proceso de inventario.
5. El grupo de trabajo ha progresado en la identificación de factores y procesos claves a través de análisis de los factores de éxito claves involucrados en nuestras iniciativas actuales.

### ■ ETAPAS

#### 2011

- Alcanzar un acuerdo interno sobre las pautas de desarrollo de la comunidad local.
- Definir los indicadores de desempeño claves del nuevo programa (medición de impactos).
- Llevar a cabo consultas con los interesados
- Comunicación de las pautas de grupo de desarrollo de la comunidad local.
- Desarrollar y probar el programa a través de la implementación de dos países piloto en un país emergente y en un país desarrollado.

#### 2012

- Crear un sistema de acreditación para los socios de empresas locales.

#### 2015

- Que todos los países hayan desarrollado las iniciativas de en defensa del desarrollo comunitario local.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY08	FY09	FY10
% de países que tienen iniciativas de defensa de desarrollo comunitario local (12)		85.4%	94.4%
% de reclutamiento local(nivel país)	97%	97%	97%

(12) Bases para la consolidación de Grupo

94% 95%

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Canadá - 2010

Sodexo está trabajando con las comunidades aborígenes para desarrollar una relación justa y armoniosa. Hace más de treinta años, Sodexo comenzó a trabajar con miembros comunidades aborígenes. Esa relación, desarrolló más de 30 sociedades activas con inversiones en programas de formación y desarrollo. En proyectos de sitios remotos, la fuerza laboral de Sodexo está compuesta de por miembros de comunidades aborígenes en un 63% y en algunos centros empleando al 95%. Por cuarta vez, en julio del 2010, Sodexo recibió una medalla de oro por el programa "Progressive Aboriginal Relations" (PAR) por el Consejo Canadiense para el Negocio Aborigen. Los miembros del jurado se sorprendieron por el número de cosas buenas que estaban pasando en Sodexo, particularmente con relación a nuestras mejoras en los pilares de desarrollo del negocio a pesar de la recesión económica.

#### TESTIMONIAL

*Sodexo se ha asociado con nosotros de muchas formas para asegurar un balance socio-económico positivo que beneficia a la comunidad de Mistissini. Hemos recibido un reconocimiento positivo de la región de nuestras comunidades Cree Nation por los resultados que la comunidad Eskin ha logrado con Sodexo.*

**James Lazore, Gerente General, Eskin Company, Québec - Canadá**

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Sección de Desarrollo de comunidad local
- Premios y reconocimientos
- Catálogo de buenas prácticas 2010

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### PERÚ

##### Estableciendo la cadena de abastecimiento profesional

Sodexo se esfuerza para conseguir productos y servicios en los centros donde opera. La Asociación de Desarrollo Sustentable Sostenible de Sodexo identifica a las compañías locales y productores y los ayuda a avanzar a través de formación y asistencia técnica en higiene, salud y gestión. Una vez que los productos cumplen con los estándares, son certificados para vender sus productos a todos los centros de Sodexo, así como también, en otros mercados. En el 2009, \$1.4 millones en suministros fueron provenientes de comunidades locales.



#### FRANCIA

##### Asociación con pequeños y medianos proveedores locales

Junto con 20 otras compañías francesas importantes, Sodexo ha adoptado una carta con 10 compromisos apuntados a establecer sociedades verdaderas con pequeños y medianos proveedores. La carta ayudará a aumentar la conciencia en temas técnicos y operacionales para tales proveedores, cuyo conocimiento del contexto económico, por lo general menos desarrollado que el del comprador. Sodexo se ha comprometido a mejorar su aprovisionamiento de gestión de pedidos y mitigar los riesgos de dependencia en relaciones entre compradores y proveedores. Otro compromiso hecho, implica respeto en las fechas de pago.





## Productos certificados con sello de comercio justo

**El compromiso de Sodexo:** Aumentaremos la compra de productos obtenidos de fuentes de comercio justo certificados de aquí al año 2015.

**CONTACTO:**

**Dolores Larroque**

Portavoz en Desarrollo de Comunidades Locales

[dolores.larroque@sodexo.com](mailto:dolores.larroque@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

En los países en desarrollo, los medios de subsistencia de los agricultores están a merced de los precios fluctuantes de los cultivos. El movimiento del comercio justo trata sobre mejores precios, condiciones de trabajo decentes, sustentabilidad sostenibilidad local y términos justos de comercio para los agricultores y colaboradores en el mundo desarrollado. Al exigir que las compañías paguen precios sostenibles, los que nunca deben bajar menos que el precio de Mercado, dirige las injusticias del comercio convencional, que tradicionalmente discrimina a los productores más pobres y débiles. Les permite mejorar su posición y tener más control sobre sus vidas. La Fairtrade Labelling Organisation International (FLO) - en inglés, es un grupo de 24 organizaciones que trabajan para asegurar un mejor trato para los productores. Ellos poseen a la FAIRTRADE Mark - la Etiqueta que certifica que se han cumplido los estándares internacionales de la Fairtrade. La FLO estima que seis millones de personas se benefician directamente de Fairtrade®. El sistema de Fairtrade® garantiza a los agricultores un precio fijo a largo plazo por sus cultivos. Más de 1.2 millones de productores y colaboradores en 58 países en desarrollo se benefician de las ventas globales de Fairtrade®. En suma a otros beneficios, aproximadamente €43 millones de euros se distribuyeron a las comunidades en el 2008 para su uso en el desarrollo de las comunidades, que incluían a familias y colaboradores. Existen otras designaciones éticas, tales como, Rainforest Alliance y UTZ. Sodexo está apoyando activamente el comercio justo, de tal modo ayudando a los productores locales y contribuyendo al desarrollo social y económico de las comunidades.

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

- Participar y apoyar eventos de comercio justo
- Trabajar con organizaciones locales e internacionales reconocidas para identificar listados de productos de comercio justo.
- Establecer sociedades estratégicas con asociaciones y organismos de certificación.
- Desarrollar ofertas permanentes y actividades promocionales que incluyan productos de comercio justo.
- Productos certificados provenientes de un comercio justo
- Promover acciones para informar y aumentar la conciencia de los consumidores.
- Ayudar a los proveedores a lograr la acreditación, cuyo desarrollo apoyamos en países donde operamos.

### SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



**FRANCIA**

**2 productos de comercio justo por un árbol plantado**

En el año 2009, Sodexo implementó el programa "2 productos comprados = un árbol plantado", en colaboración con Alter Eco, en 70 restaurantes en todo el país. Algunos de los 5.000 árboles nativos, se han plantado en la región amazónica peruana de Alto Huayamba, como parte de un programa de reforestación sustentable. Teca, caoba, cedro y eucaliptos completarán pronto la reforestación, ayudando a preservar el medioambiente y biodiversidad de la región. En el año 2010, Sodexo también organizó la operación "productos de comercio justo para llevar" y recaudó 15.000 euros para Alter Eco.



**REPUBLICA CHECA**

**Programa de apoyo al comercio justo**

Sodexo lanzó un programa de apoyo al comercio justo con el fin de extender su oferta de productos sostenibles y proponer nuevos productos certificados. Hoy, Sodexo propone una amplia gama de productos sostenible: granos de café cubiertos de chocolate, de chocolate a base de esencia de naranja, de las barras de chocolate a las almendras o quínoa, de los cookie a la naranja o también del chocolate sabor menta. Desde el comienzo en marzo de 2010, el programa se desplegó en 6 centros piloto con 6 productos propuestos en centros.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de la implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado en el 2010, un líder en para conducir el compromiso de fuentes certificadas en un comercio justo y para liderar un grupo de seis expertos de varias localidades de Sodexo. **El grupo de trabajo del desarrollo de la comunidad local** se reúne mensualmente para promover el progreso en el proceso, afinar la estrategia y ayudar a que el plan evolucione. El objetivo es definir un programa a nivel mundial e implementar procesos para lograr el compromiso esencial en todos nuestros países anfitriones a más tardar el año 2015.

El 2010, el grupo ha trabajado para definir una lista de productos que se deben comprar de manera local y de temporada, así como también aquellos fuera de temporada que se pueden obtener vía fuentes de comercio justo. Algunas iniciativas están siendo desarrolladas por él en algunos centros del mundo:

- ➔ En Países Bajos, el 100% de los plátanos que compramos son orgánicos y de comercio justo, con un 98% certificado por Rainforest Alliance y otro 2% provisto por Max Havelaar. Nuestra variedad de comercio justo está creciendo con productos nuevos tales como; hielo, té, galletas, vino y azúcar. esta iniciativa comenzó el 2008 y los productos provenientes de un comercio justo representan el 2.16 % de nuestra compra total del 2010 (incluyendo Utz y Rainforest alliance).
- ➔ En Finlandia, desde el 2008, Sodexo le ofrece a los consumidores té Lipton certificado por Rainforest en todos sus centros. El té certificado de Lipton representa, hoy en día, el 5% del total de compra de té. La meta es que a comienzos de enero del 2011, toda la compra de té sea producida de manera sostenible. Esta meta se promoverá fuertemente On-Site y comunicada por canales de comunicación internos durante el año 2011.

### ■ ETAPAS

#### 2011

Las pautas prácticas de grupo de comercio justo se deben acordar internamente.

#### 2015

Todos los países tienen promociones y ofertas que incluyen productos de comercio justo.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY08	FY09	FY10
% en Kg. de café certificado (13)		8.5%	12.5%
Número de países implementando el aspretto	5	45	496
(13) Base para la consolidación de Grupo		93%	94%

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Bélgica - 2010

Sodexo menciona 150 productos certificados de comercio justo de Oxfam, Java y Maas International, e incluyen café, té, jugo de frutas, chocolate, vino y arroz.

El año 2009 Sodexo participó del evento nacional Fairtrade@Work que duró una semana y se sirvieron 20.000 comidas por día, en el cual se presentaron los productos y menús del comercio justo. En el año 2010, Sodexo organizó en 600 centros "El día de la banana" 100% orgánico y de comercio justo. Desde marzo del 2010, Sodexo solo ha usado plátanos orgánicos y de comercio justo de Max Havelaar (volumen anual: 200 toneladas) en sus dependencias. Premio que reconoce la iniciativa orgánica y la iniciativa del "día del plátano", el que se organizó en 600 centros del país en el año 2010.

#### TESTIMONIO

**El te orgánico Numi se siente muy orgulloso de ser el proveedor del te orgánico y del comercio justo para el programa global de Sodexo.**

**Siete de las ocho variedades del te orgánico Numi, están certificadas por el comercio justo. El compromiso de Numi, garantiza que los colaboradores reciban un sueldo justo y condiciones seguras de trabajo, que llevan a una mejor calidad de vida.**

**Hammad Atassi, Vice Presidente-servicios de alimentos TE ORGÁNICO NUMI**

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de productos certificados de comercio justo
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Premios y reconocimientos
- Catálogo de buenas prácticas 2010

Y también:

[www.aspretto.sodexo.com](http://www.aspretto.sodexo.com)

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### A NIVEL MUNDIAL

##### La presentación de Aspretto

La presentación de los té y cafés de alta calidad *Aspretto*, está basado en cuatro principios fundamentales: diversidad, salud, bienestar, protección medioambiental y responsabilidad social. Expresada a través de cuatro compromisos tangibles:

Asegurar la completa trazabilidad de todos los productos vendidos como parte de *aspretto*

- Los Productos, los cuales son éticamente de mercados de origen local, la mayoría de nuestro café y té por ejemplo están certificados por las internacionalmente reconocidas autoridades de comercio justo, la alianza Rainforest y autoridades orgánicas.
- Reducir la cantidad de materiales que se usan
- Usar materiales de envases reciclables, utensilios para servir 100% biodegradable (tasas, agitadores, servilletas, etc.). todo lo que es impreso en nuestro punto de venta está hecho también en papel reciclable.

Adicionalmente, por cada kilo de café comprador de estos productores acreditados, hemos decidido donar 17 centavos para el programa para luchar contra el hambre y malnutrición a nivel mundial, de Sodexo STOP Hunger. Implementado en 45 centros en el 2009, *aspretto* ahora se ofrece en 491 centros a nivel mundial.

Para reforzar la oferta de *aspretto*, Sodexo, ha establecido sociedades con Café Unidos y Numi proveedores líderes de productos sostenibles y de comercio justo.



#### SUECIA

##### Alianza Rainforest y café ecológico certificados

Desde el año 2007, Sodexo ha establecido un acuerdo con su proveedor, alimentos Kraft, para ofrecer a los consumidores café ecológico certificado por la alianza Rainforest y la organización sueca Krav. Una parte del acuerdo, es que cinco centavos europeos están dedicados a la promoción del café certificado. Nuestra compra de café certificado está creciendo rápidamente, en el año fiscal 2010 representó el 27 %.



We Do

Un mañana mejor  
empieza hoy.



## WE DO:

Proteger el Medioambiente el código de  
conducta de la cadena de abastecimiento

El código de conducta de la cadena de abastecimiento .....	41
Productos Locales, estacionales y cultivados de manera sosteniblesustentablemente .....	43
Marisco Sostenible .....	45
Equipamiento y suministros sostenibles .....	47
Energía y Emisiones .....	49
El Agua y sus Efluentes .....	51
Residuos Orgánicos .....	53
Los residuosresiduos residuos no orgánicos .....	55



**We Do**

Proteger el Medioambiente



## El código de conducta de la cadena de abastecimiento

**El compromiso de Sodexo:** Nos aseguraremos el cumplimiento con los requerimientos con un código de conducta de la cadena de abastecimiento en todos los países donde operamos de aquí al año 2015

### CONTACTO:

**Lesley Sander**

Portavoz para las iniciativas de cadenas de abastecimiento sostenibles

[lesley.sander@sodexo.com](mailto:lesley.sander@sodexo.com)

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

Sodexo emplea a más de 380.000 personas por todo el mundo y millones más trabajan para las compañías en nuestra cadena de abastecimiento. Nuestro desafío es asegurar que todos los productos y servicios que ofrecemos, se produzcan de acuerdo a los estándares sociales, medioambientales y éticos. A través de la educación de nuestros socios sobre **el código de conducta de la cadena de abastecimiento**, podemos mejorar las condiciones laborales para millones de personas alrededor del mundo, proteger el medioambiente y asegurar que se cumplan también.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

- Revisar y mejorar los estándares de la cadena de abastecimiento existente, en relación a la nutrición, seguridad de los alimentos, el medioambiente, derechos humanos, estándares laborales, éticas generales de negocios, transparencia, contaminantes y aditivos.
- Revisar el código de conducta de la cadena de abastecimiento de grupo.
- Aumentar la cuota de gasto de la compra con los proveedores de materias primas.
- Desplegar un programa de auditorías con seguimiento de resultados e implementación de un plan de acción.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### AUSTRALIA

#### Compartiendo valores centrales a través del código de conducta

En Australia, la cadena de abastecimiento revisó y adaptó el código de conducta de Sodexo que está basado en los valores centrales de Sodexo. Este documento fue entregado a los proveedores como parte de las negociaciones de contrato. Una declaración dentro del contrato les pedía a los proveedores que se hicieran más familiares con el código de conducta y para asegurar que entendieran su contenido. Como resultado, los proveedores australianos tienen un buen entendimiento de los valores centrales de Sodexo y cómo ellos influyen en nuestra cadena de abastecimiento. La cadena de abastecimiento de Sodexo Australia es parte actualmente de la evaluación global del código de conducta para alinearse con el Better Tomorrow Plan.



### REINO UNIDO

#### Cuestionario ciudadano corporativo del proveedor

En el Reino Unido e Irlanda, a todos los proveedores principales se les emite con un cuestionario anual, el cual se desarrolló en el 2010 en colaboración con « Business in the Community » (BITC). El cuestionario se basa en los compromisos ya delineados en el Better Tomorrow Plan y dirige áreas como la diversidad e inclusión, el medioambiente, salud y nutrición. Además, se les emite un cuestionario a los proveedores de alimentos principales, sobre aditivos e ingredientes que nos permite identificar productos que necesitan ser retirados de las listas o reformulados debido a la incorporación de ingredientes no deseables, tal como, el aceite vegetal hidrogenado.



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado un Portavoz para conducir el compromiso del código de conducta de la cadena de abastecimiento. El Portavoz encabeza un grupo de trabajo, expertos en funciones de apoyo relevantes y de diferentes centros. **El grupo de trabajo ha llevado a cabo una evaluación inicial** de los estándares y códigos de conductas actuales y trabajará para desarrollarlos más adelante. El objetivo es que todos los países tengan la firma de sus proveedores y se integren **al código de conducta de la cadena de abastecimiento**.

### ■ ETAPAS

#### 2011

- Revisar el código de conducta de la cadena de abastecimiento sustentable acordado y comunicado.
- Pautas grupales para las auditorías desarrolladas y comunicadas.

#### 2012

- Todos los proveedores acepten el código de conducta.

#### 2014

- Todos los proveedores internacionales sean auditados para asegurar el cumplimiento con los requerimientos del código de conducta.
- Que esté disponible una herramienta para compartir los resultados de las auditorías entre los países.

#### 2015

- Todos los proveedores de nivel 1 estén auditados para asegurar conformidad con el código de conducta revisado.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de los países que tienen un código de conducta del proveedor (14)	87.3%	93.0%

(14) bases para la consolidación de Grupo 94% 95%

#### Testimonial

*"En el año 2010, Business in the Community (BITC) trabajó con Sodexo para desarrollar su cuestionario ciudadano corporativo del proveedor dirigiendo temas en áreas, tales como, la diversidad e inclusión, medioambiente, salud y nutrición. Esto fortalece los compromisos que Sodexo ha establecido en su propio Better Tomorrow Plan y ayudará a la compañía a identificar y reformular productos más saludables, eliminando ingredientes, tales como: las grasas hidrogenadas y los aceites vegetales".*

*Jo Daniels, Director de Mercado y Negocios en la Comunidad.*

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de la cadena de abastecimiento sostenible.
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Código de conducta de la cadena de abastecimiento

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### ESLOVENIA

##### Evaluación interna de los proveedores principales

Desde febrero del 2010, Sodexo ha designado auditores internos para evaluar a los sistemas de calidad de sus proveedores principales. Después de la auditoría, se les proporciona a los proveedores un informe con la evaluación con sugerencias de mejoras. El objetivo es hacer 4 evaluaciones por año fiscal.



#### FINLANDIA

##### Esfuerzos en calidad de productos

Antes de firmar un contrato, se le pide a cada proveedor de alimentos que aclare sus programas de calidad y medioambiental por escrito. Además, se les pide a los proveedores que formalicen la implementación de controles internos. El criterio para seleccionar productos incluyen: calidad, disponibilidad del producto, frescura, transporte, precio y detalles como el tamaño del envase. Los proveedores deben garantizar que sus productos sean seguros, estén aprobados y vigilados. Cada año fiscal, son auditados al menos cuatro proveedores en cooperación con los departamentos de logística de compras, calidad y medioambiental.

## Productos Locales, estacionales y cultivados de manera sostenible

**El compromiso de Sodexo:** Proveeremos productos locales cultivados sosteniblemente de forma sostenible en todos los países donde operamos para el año 2015.

### CONTACTO:

**Lesley Sander**

Portavoz para las iniciativas de cadenas de abastecimiento sostenibles

[lesley.sander@sodexo.com](mailto:lesley.sander@sodexo.com)

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

Sodexo reconoce que la agricultura es responsable de una parte importante de emisiones de gases de efecto invernadero, consumo del agua, contaminación y deforestación y que daña potencialmente la salud a través del uso de pesticidas, fertilizantes y antibióticos. Sodexo compra cantidades importantes de productos para sus actividades alrededor del mundo y motiva para asegurar que estos productos sean producidos de acuerdo con los estándares sociales y medioambientales.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

- Revisión de nuestras políticas de abastecimiento para incluir productos locales en categorías apropiadas.
- La formación de nuestros equipos de compras y la integración de prácticas agrícolas sostenibles en nuestros criterios de selección.
- La revisión de nuestros menús y recetas para alinearlos con los productos de temporada.
- La eliminación del empleo del aceite de palma usado en nuestras cocinas.
- El trabajo con los proveedores para reducir el contenido de aceite de palma de nuestros productos y utilizar solamente aceite de palma con certificado RSPO.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### NORTE AMERICA

#### Desarrollando el suministro local de pequeños agricultores

Sodexo desarrolla su suministro local, comparando desde los agricultores locales hasta distribuidores usando una base de datos que presenta más de 600 agricultores. Además Sodexo exige que nuestros distribuidores y productores regionales compren artículos producidos localmente, lo que ha resultado en un 60% de las ventas totales atribuibles al gasto de producción local en algunas áreas (promedio es de un 17%). Continuamos suministrando productos de un número de pequeñas granjas y prever este crecimiento mientras avanzamos en nuestro compromiso de suministrar productos sostenibles cultivados de manera local y estacional. Con el fin de educar a nuestros clientes sobre este compromiso, nosotros estamos implementando una mejor práctica en nuestro lugar para informar quienes son nuestros productores locales a través de un afiche regional y estatal.



### PAÍSES BAJOS

#### Productos orgánicos suministrados localmente

En los países bajos, el 44 % de la fruta y los vegetales que Sodexo compra están producidos dentro del país y el 12% están cultivados orgánicamente. Además, toda la leche que Sodexo suministra en los centros de educación, proviene de granjas de productos lácteos orgánicos.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de la implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado un portavoz para conducir el compromiso de los productos agrícolas sostenibles de forma local y estacional. Se ha creado un grupo de trabajo de importantes expertos con el fin de definir una estrategia clara para sus compromisos. Además, dentro del contexto nuestra sociedad global, Sodexo y el Fondo Para la Naturaleza Mundial, WWF, están trabajando en conjunto para identificar prioridades para el trabajo en conjunto y la agricultura sostenible.

### ■ ETAPAS

#### 2010

→ El grupo llega a un acuerdo sobre los estándares y prioridades para la agricultura sostenible.

#### 2011

→ Nuestros equipos de la cadena de abastecimiento, marketing y operaciones se capacitan para implementar estos estándares.

#### 2012

→ Todos los grupos ofrecen cumplimiento con los estándares de agricultura sostenible del grupo

#### 2015

→ Todos los países tienen menús, recetas y productos que respetan los estándares de agricultura sostenible.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

Estamos trabajando para implementar los indicadores que se han definido para este compromiso en una base mundial e implementaremos en etapas en los próximos años de acuerdo con las prioridades que se definan más adelante para este compromiso.

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Reino Unido - 2009

En el 2009, Sodexo RU. fue la primera compañía en su sector en asegurar la acreditación "Red Tractor" en múltiples centros, la primera compañía en todos los sectores en conseguir una membresía corporativa en el programa y la primera compañía en su sector en conseguir toda su carne de proveedores acreditados por "Red Tractor". En el 2010, Sodexo también llegó a ser la primera compañía en su sector en adquirir vegetales congelados de agricultores acreditados por "Red Tractor"

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de la cadena de abastecimiento sostenible.
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Código de conducta de la cadena de abastecimiento

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### FRANCIA

##### Suministro local y estacional

Desde junio del 2010 las ofertas de productos estacionales que se ha estado cultivando en un radio de 200 Km. desde París hasta los centros de los clientes en el área de París. Comenzando con la lechuga que se cultiva localmente y rábanos, la oferta evoluciona de acuerdo a la estación y se ha extendido para incluir fresas, cerezas, pepinos, zapallitos, cebollas, manzanas y peras.



#### ESTADOS UNIDOS

##### Suministrando comida local y sustentable en el casino campus de la Universidad de Emory

Desde el 2006, Sodexo ha desarrollado el programa de sostenibilidad en la Universidad de Emory con la meta de servir el 75 % de su comida de Fuentes locales y sostenibles para el 2015. Durante la temporada escolar 2007-2008, Sodexo suministró el 29% de sus compras de agricultores locales y productores sostenibles. Sodexo también proporciona tours de agricultores locales, organiza el desafío de cocina de Chef Copper, presentando comida local y patrocina clases de cocina en su cocina de exhibición. Para aumentar el acceso a través de uno de sus proveedores de producción, ayuda a los estudiantes a que dirijan su propio carrito de café de grano verde, presentando café de comercio justo. Emory es una de las 11 entidades educacionales en recibir un puntaje perfecto en el informe de valoración verde de Princeton del año 2008.



## Marisco Sostenible

**El compromiso de Sodexo:** Proveeremos pescados y mariscos sostenibles en todos los países en los que operamos para el año 2015.

**CONTACTO:**

**Lesley Sander**

Portavoz para las iniciativas de cadenas de abastecimiento sostenibles

[lesley.sander@sodexo.com](mailto:lesley.sander@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

El consumo de pescados y mariscos se ha triplicado en los últimos 30 años y los nutricionistas recomiendan que los consumidores deban comer al menos dos porciones de pescado a la semana, incluyendo un pescado azul.

Al mismo tiempo, Sodexo reconoce que muchas de las prácticas actuales de pesca y de agricultura marina tienen efectos dañinos en los hábitats marinos y en los suministros del mar:

- El océano del mundo está siendo sobreexplotado, algunas especies están en peligro de extinción y más del 75% del stock de pescados están totalmente explotados, agotados o sobreexplotados.
- Los métodos de pesca intensiva a menudo se desperdician siendo devueltos al mar 7.3 millones de toneladas de pescados muertos cada año.
- La acuicultura (granja de pescados) puede ser una solución siempre que sea gestionada sosteniblemente; el 40% de la producción mundial del pescado proviene actualmente de la acuicultura.

Al comprometerse proveer mariscos y pescados de manera sostenible, Sodexo contribuirá activamente a revertir el descenso de los recursos marinos vivos.

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

- ➔ Desarrollaremos políticas de adquisición de pescados y mariscos sostenible que incluye una lista de especies marinas identificadas en riesgo de extinción
- ➔ Eliminaremos las especies marinas identificadas en riesgo de extinción desde nuestra lista de productos, través de:
  - Trabajo con los proveedores
  - Revisión y modificación de nuestros menús y recetas
- ➔ Aumentaremos la cantidad de pescados y mariscos provenientes de nuestras fuentes sostenibles (en vida salvaje o acuicultura), a través de:
  - Trabajo con los proveedores
  - Revisión y modificación de nuestros menús y recetas



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado un portavoz para conducir el compromiso “Pescados y Mariscos Sostenibles”. Se ha creado **un grupo de trabajo** apropiado de expertos con el fin de definir una estrategia clara sobre este compromiso. Además, dentro del marco de nuestra sociedad global, **Sodexo y la WWF** están trabajando juntos en la política de abastecimiento marina sostenible y con las especies que tienen prioridad en una acción conjunta.

### ■ ETAPAS

#### 2010

→ El grupo acordará y comunicará su política marina sostenible

#### 2011

→ El Grupo no servirá ninguna comida de alguna especie que esté identificada en riesgo de extinción

#### 2012

→ La mayoría del pescado suministrado por contratos internacionales serán de fuentes sostenibles

#### 2015

→ La mayoría del pescado suministrado por todo el grupo será de fuentes sostenibles

#### Testimonial

**“La MSC reconoce los esfuerzos de Sodexo para trabajar de manera colaborativa en la introducción de mecanismos que apuntan al aumento de la captación de pescados y mariscos certificados por la MSC en su propio portafolio y por todo el sector del servicio de comida.”** Nicolás Guichoux, Director Regional Director – Europa, MSC

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### A NIVEL MUNDIAL

#### La certificación del Marine Stewardship Council (MSC – en inglés) y uso de comida marina sostenible

En varios de nuestros países, trabajamos con el Marine Stewardship Council (MSC), para nuestro abastecimiento y en algunos casos para la certificación de nuestros centros:

- En los **países bajos**, Sodexo fue la primera compañía de servicios en obtener la ecoetiqueta y la certificación en abril del año 2009.
- En el **Reino Unido**, es el proveedor de servicios por contrato principal, cuando se trata de centros certificados por la MSC, con 370 centros certificados en 2009/2010 y planea extenderse por todo el negocio.

Por otra parte, de acuerdo con el compromiso del Better Tomorrow Plan, muchos países han comenzado ya a comprar pescados y mariscos a fuentes certificadas sostenibles, como por ejemplo:

- En **Bélgica**, el 15% de las compras de pescados y mariscos vienen de fuentes certificadas sostenibles.
- En **Canadá**, el 34% de los pescados y mariscos comprados, vienen de fuentes certificadas sostenibles.
- En **Suecia**, el 24% de los pescados y mariscos comprados, vienen de fuentes certificadas sostenibles.
- En el **Reino Unido** e Irlanda, el 17% de los pescados y mariscos son certificados por la MSC.
- En los **Estados Unidos**, el 11% de los pescados y mariscos comprados, provienen de fuentes certificadas sostenibles.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de países los cuales han eliminado la compra de todos las especies en riesgo (15)	8.1%	17.3%
Número de centros de servicios de comida certificados por MSC (16)	271	374
(15) Bases para la consolidación de Soluciones de Servicios On-Site	95%	95%
(16) Bases para la consolidación de Soluciones de Servicios On-Site	93%	94%

### ■ RECONOCIMIENTO

En enero del 2010, en reconocimiento de su trabajo en pescados y mariscos sostenibles en el Reino Unido, los Estados Unidos y los Países Bajos, **El MSC (Marine Stewardship Council)** le pidió a Sodexo participar en una mesa redonda en la Cumbre de la Alianza de Selección Marina en París en el tema del caso del estudio de servicios de alimentos: hacer el cambio a la comida marina sostenible.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de la cadena de abastecimiento sostenible.
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Código de conducta de la cadena de abastecimiento



### EUROPA

#### El Uso y la promoción pescados y mariscos sostenibles

Los sitios remotos en la zona de Europa han estado trabajando estrechamente con sus vendedores durante varios años para asegurar que los productos del mar se compren de fuentes sostenibles. El primer paso, fue identificar a los productos que tenían más riesgo y pedirle inmediatamente a los vendedores que se abstuvieran de poner más pedidos de estos productos para las unidades operativas de Sodexo, disminuir las existencias actuales con el fin de acordar una fecha mutuamente conveniente para el retiro de estos productos de la cesta de la compra que está a disposición de personal.

Al mismo tiempo, se les pidió a los vendedores enviar alternativas de productos y a los chefs trabajar para tratar diferentes especies de fuentes certificadas sostenibles.

Nuestros vendedores estrellas están completamente conscientes de nuestro compromiso para proveer pescados y mariscos de fuentes sostenibles y que auditamos de forma regular para asegurarnos que cumplimos con las exigencias.

El resultado en este FY10, es que una alta proporción de pescados y mariscos comprados en los sitios remotos de la zona europea de Sodexo está certificada sosteniblemente.



## Equipamiento y suministros sostenibles

**El Compromiso de Sodexo:** Para el 2020, proveeremos y promocionaremos equipamiento y suministros sostenibles en todos los países donde operamos.

**CONTACTO:**

**Lesley Sander**

Portavoz para las iniciativas de cadenas de abastecimiento sostenibles

[lesley.sander@sodexo.com](mailto:lesley.sander@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

La correcta elección de equipamiento y suministros sostenibles ayuda a reducir la contaminación, por ejemplo, la gestión sostenible de los bosques, es una etapa medioambiental clave en el ciclo de la vida del papel. El papel que proviene de bosques manejados de forma sostenible, ayudan a prevenir la deforestación y permite que los bosques conserven su capacidad de regeneración y productividad. Al revisar la fuente y enfocándose más en los productos producidos de manera sostenible, Sodexo reconoce su capacidad para reducir un poco de presión sobre los limitados recursos naturales.

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

Aumentaremos la proporción de equipamiento, productos y servicios a través de:

- Seleccionaremos grupos de prioridad de productos, es decir, embalaje y papel, químicos y productos de limpieza, equipamientos y suministros (equipamiento IT, FM, suministros y suministros de oficina) y desechables.
- Revisaremos y modificaremos las listas de los proveedores y productos autorizados.
- Nos aseguraremos conformidad con las listas de productos y proveedores.

### SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### NORTE AMÉRICA

##### Suministros sostenibles Ecolab

Sodexo ha comprado el sistema de lavado de platos Wash 'n Walk de Ecolab para los limpiadores de cocina. Apex proporciona resultados superiores mientras que minimiza el empaque envase y fósforo, como también, proporciona datos operacionales, lo que permite una posterior reducción de agua y energía. Wash 'n Walk logra una efectiva limpieza de pisos sin el uso de agua caliente o un paso de enjuague, ahorrando 5.500 gallons por año. El programa en conjunto de Sodexo y Ecolab "Sodexo Shine" utiliza el sistema Phaser de Ecolab, el cual reduce los residuos químicos durante la limpieza de los pisos, minimiza los residuos de empaque envases y aumenta la eficiencia operacional.



#### REINO UNIDO

##### Estrategia para aumentar los suministros sostenibles

Establecimos nuestro enfoque en nuestra Adquisición Sostenible a través de un folleto de Servicios el cual se publicó el 2009, con el fin de considerar el impacto total que tienen en el medioambiente los productos y prácticas. Esto incluye las formulaciones de productos de los químicos de limpieza, cómo va a afectar su uso a los recursos naturales (agua y energía), cómo el empaque envase impactará el medioambiente y la seguridad del usuario final. Las innovaciones como las formulas sin enjuague, sólidas y súper concentradas, aplicaciones sin agua y formulas que requieren menos ciclos de lavados, reducen de manera directa el consumo de agua sobre una base regular. Los productos que son efectivos en bajas temperaturas y bajas en concentrado, requieren menos energía en transporte y su fase de uso.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ CÓMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado un portavoz para conducir el compromiso de equipamiento y suministros sostenibles. El grupo ha seleccionado categorías de residuos de papel, químicos de limpieza y papel de oficina como prioridad para su trabajo. Buscaremos aumentar la conciencia de nuestros equipos de la cadena de abastecimiento con relación a estos grupos de productos y revisaremos nuestras listas de productos autorizados para estas principales categorías.

### ■ QUÉ SIGUE

#### 2010

→ El grupo comunicará las listas recomendadas de productos sostenibles a los equipos de los países

#### 2012

→ Todas las listas de productos están disponibles y comunicadas a los países

#### 2015

→ Todos los países hayan implementado detergentes, papel y residuos sostenibles

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de gasto en residuos de papel sostenible como % de los residuos de papel total (17)	79.4%	79.1%
(17) Base para la consolidación de Servicio de Soluciones On -Site	92%	93%

#### Testimonial

**“Desde que usamos el nuevo sistema de dosificación, los centros necesitan menos espacio para el almacenamiento de los químicos y hemos disminuido los residuos para los clientes. La seguridad de nuestros colaboradores fue la mejora más importante que hemos logrado.”** (Peter van Rossem –Comprador Profesional Benelux –Jefe de Abastecimiento de Sodexo)

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de la cadena de abastecimiento sostenible.
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Código de conducta de la cadena de abastecimiento

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### PAÍSES BAJOS

##### Productos de limpieza amigables con el medioambiente

Sodexo trabaja con productos de limpieza amigables con el medioambiente que están libres de cloro y fosfatos. En colaboración con los principales proveedores, Sodexo introdujo un sistema de dosificación controlado en todos centros de catering, lo que resultó en una baja del 10% en el uso de productos de limpieza a nivel nacional. Junto con esta baja, también logramos una reducción combinada del 50% (que incluyen a clientes, distribuidores y productores de Sodexo) en material de embalaje, espacio de almacenamiento y millas de transporte gracias a la eliminación de agua y de los químicos usados



#### PERÚ

##### Vasos Biodegradables

Desde el 2009, Sodexo ha reemplazado los vasos plásticos en los Sitios remotos por vasos biodegradables. Esta iniciativa está siendo implementada en 25 sitios remotos alrededor de todo el país. El año pasado se han reemplazado 2.800.000 vasos plásticos por biodegradables.



## Energía y Emisiones

**El compromiso de Sodexo:** Reduiremos nuestra huella de carbono en todos los países donde operamos y en los centros de los clientes para el año 2020.

**CONTACTO:**

**Arlin Wasserman**

Portavoz de Energía y Emisiones

[arlin.wasserman@sodexo.com](mailto:arlin.wasserman@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

El cambio climático se conoce por ser el resultado de la actividad humana, con el uso de la energía y la producción de la comida, comienzan dos de los más significativos contribuyentes. Las operaciones de los negocios de Sodexo, afectan directamente al uso de la energía y emisiones desde nuestros clientes, nuestras operaciones del servicio de comida confían sobre una comunidad proveedora que controla y afecta directamente los métodos de producción de la agricultura. Los negocios de Sodexo afectan directamente al uso de energía y emisiones de los edificios de nuestros clientes, y nuestras operaciones de servicios de alimentos se basan en una comunidad de proveedores que afectan directamente a los controles y métodos de producción agrícola.

Sodexo ha identificado una oportunidad estratégica para lograr objetivos de negocios y también contribuye a un mañana mejor para cambiar las prácticas de los negocios existentes e innovar unos nuevos. Esto permitirá a Sodexo reducir el uso de la energía y las emisiones de gases de efecto invernadero desde la entrega de nuestros servicios a los centros de los clientes, así como también proveer valores adicionales a los clientes que servimos para reducirles el uso de energía y emisiones dirigiéndose a nuevos esquemas regulares.

Reduciendo el cambio severo del clima en los próximos años para bajar al reducir las emisiones de los gases contaminantes como desde el uso de la energía, la producción de comida y otros recursos, es también un manejo crítico de riesgo en nuestro negocio. La previsión del cambio climático del tiempo impactará severamente la productividad agrícola en la próxima década. Grandes variables de la productividad, temas de calidad y fallas posibles de la cosecha; todos estos negocios son riesgos para nuestra comunidad y para las operaciones de servicios de comida.

Desarrollando nuevos servicios de valor agregado añadido que ayuden a nuestros mejores clientes a gestionar la energía y las emisiones frente al cambio climático, así como también desarrollando una cadena de suministro más resistente que contribuirá al éxito de todos los negocios y de un mañana mejor.

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

El compromiso de Sodexo para reducir nuestra huella de carbono contribuirá a nuestra posición como el proveedor líder de soluciones de servicio global y nos ayudará a dirigir y manejar gestionar el impacto del cambio climático. Hemos basado nuestro compromiso y el plan de acción sobre dos iniciativas claves: el servicio de innovación y la gestión activa del riesgo.

#### El Servicio de innovación

- ➔ Convocar a un Experto en la Materia del Grupo de Trabajo.
- ➔ Establecer una estructura para las emisiones de gases contaminantes en nuestros negocios (incluyendo servicios entregados a los clientes) en asociación con el WWF y los protocolos de gases de efecto de invernadero.
- ➔ Realizar un inventario de emisiones y presentarlos al Proyecto de Revelación del Carbono.
- ➔ Identificar nuestras mejores oportunidades para la innovación energética y la reducción de emisiones para apoyar las estrategias de sostenibilidad de nuestros clientes. Identificar nuestras mejores oportunidades de energía e innovaciones de la reducción de emisiones para preservar las estrategias de sustentabilidad de nuestros clientes.
- ➔ Mantener un foro para intercambiar innovaciones y las mejores prácticas en áreas claves a través de países y segmentos de industrias.
- ➔ Acelerar la utilización de servicios innovadores y de las mejores prácticas a través de los sectores de las industrias y geográficas.

#### Gestión activa del riesgo

- ➔ Evaluar nuestro riesgo en el contexto del Carbón Disclosure Project.
- ➔ Desarrollar una reunión sobre el riesgo climático para nuestros sectores de negocios, en asociación con el WWF.
- ➔ Desarrollar además las cadenas estratégicas de adaptación de suministros.



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Hemos establecido designado a un Portavoz experto en la Materia del grupo de trabajo sobre la energía y las emisiones, compuesto por un grupo de Directores, especialistas técnicos y expertos desde el WWF. Este comité está encargado del las siguientes y ambiciosas metas:

- ➔ Identificaremos las mejores prácticas existentes para reducir el uso de energía y emisiones de gas de efecto invernadero dentro de nuestra compañía, de las cadenas de suministros y de los centros seleccionados.
- ➔ Innovaremos y desarrollaremos nuevos y mejores servicios para ayudar a nuestros clientes a reducir el uso de energía y emisiones.
- ➔ Aumentaremos la comprensión de nuestros gerentes en temas de energía, emisión de carbono, cambios climáticos y la relación de las oportunidades de negocios de los Directores.
- ➔ Profundizaremos el entendimiento de la compañía de los riesgos de negocio, implicando el cambio climático así como también las oportunidades derivadas desde la mitigación y los esfuerzos de adaptación.
- ➔ Desarrollaremos la clave de la representación de los indicadores que utilizaremos para medir nuestros esfuerzos para reducir el uso de la energía y las emisiones en nuestras operaciones globales.
- ➔ Desarrollaremos información decisiva que podemos compartir con nuestra gente, clientes e interesados, a través del Carbón Disclosure Project.

También hemos entrado a una asociación con el WWF el cual proveerá apoyo técnico para el comité y nos ayudará a desarrollar protocolos para medir e informar sobre las emisiones de los gases de efecto invernadero en nuestros servicios de negocios, para identificar el riesgo en nuestra cadena de suministro y lograr nuestros compromisos.

### ■ QUE ES LO PRÓXIMO

#### 2011

- ➔ Desarrollar una reunión sobre el riesgo climático para nuestro Comité Ejecutivo.
- ➔ Revelar el riesgo y las emisiones a través del Carbón Disclosure Project.
- ➔ Establecer objetivos de reducción.

#### 2012

- ➔ Plan de Implementación de Reducción de Energía y Emisiones.

#### 2020

- ➔ Reducir nuestro impacto ecológico en todos los países donde operamos y en los centros.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### REINO UNIDO

#### El estándar « Carbon Trust »

En el año 2010, nuestro negocio en la Villa Tillery, la cual produce comida preparada, logró que el estándar «Carbon Trust», a través de la gestión y reducción de las emisiones de carbono durante tres años y además para cometer estas reducciones el negocio redujo sus emisiones de carbono a un 19% por tonelada métrica de producto manufacturado.

Los esfuerzos de Tillery valley incluyeron un incremento en la sostenibilidad en su flota de vehículos de transporte, reemplazando el antiguo equipamiento por dispositivos energicamente más eficientes, introduciendo el HFC- y el HCFC- libre de refrigerantes cero que debilitan el ozono, o el potencial del calentamiento global y abastecimiento más con energía procedente de fuentes bajas de carbono.

## REPRESENTACIÓN

### ■ KPIs

	FY08	FY09	FY10
% de centros de implementación del programa de reducción del impacto ecológico* (18)		11.8%	11.8%
% de centros los cuales han tomado pasos básicos para reducir el consume de energía (18)		45.4%	45.4%
Consumo de electricidad del Jefe de Oficina	2 315 301 Kwh.	2 334 494 Kwh.	2 130 199 Kwh.
Consumo de electricidad del Jefe de Oficina por m²	382 Kwh.	296 Kwh.	270 Kwh.

(18) Bases para la consolidación del Servicio de soluciones On-Site

49% de los centros inventariados en 50 países representan un 95% del grupo de ingresos

\*El Programa de reducción de impacto ecológico está compuesto de  
= Pasos Básicos (cambios de conciencia y comportamiento)  
+ Pasos avanzados (equipamiento e inversiones en centros del cliente)  
+ Medidas (sub. medida)

### ■ RECONOCIMIENTO

Sodexo ha sido incluido en la lista "Worldwide Top 50 Green Outsourcing Suppliers", publicada en "The Black Book of Outsourcing", publicado por el Grupo Brown-Wilson. Sodexo está ubicado en el puesto N° 3 en la categoría « Facilities Management Outsourcing »

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de Energía y Emisiones.
- Premios y Reconocimientos
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010



### TAILANDIA

#### Ahorro de Energía en el Centro de Convención IMPACT

Después de una auditoria del uso de energía en el Centro de Exposiciones IMPACT, Sodexo se adjudicó un contrato por 5 años de « Facilities Management », comenzando en Enero del año 2008. El contrato le dio a Sodexo la capacidad de aplicar nuevos métodos de ahorro de energía. Desde el primer día, el equipo de Sodexo fue capaz de "acordar" la instalación de vastas plantas de aire acondicionado, que implica:

- Un programa de mantención Preventiva para la limpieza de filtro, condiciones de la válvula y la planta de lubricación;
- Instalación de válvulas de accionamiento sobre unidades de tratamientos de aire para optimizar el flujo de agua fría;
- Secuenciación de las unidades enfriadoras para igualar el espacio para eventos de tal modo de reducir el kilo watt;
- Instalación de la demanda máxima de medición de los tres centros principales, con el fin de aprovechar los mejores precios al final del proveedor.

La implementación IMPACT de Sodexo supuso ahorros anuales combinados del 5.8%. Este ahorro de poder puede correr 595 UK hogar por un año.



## El Agua y sus Efluentes

**El Compromiso de Sodexo:** Reduiremos nuestra huella hídrica en todos los países donde operamos y en los centros para el año 2020.

**CONTACTO:**

**Neil BARRETT**

Portavoz en Materia de Aguas y Residuos

[neil.barrett@sodexo.com](mailto:neil.barrett@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

Los recursos del agua se enfrentan a una serie de serias amenazas, todas causadas principalmente por la actividad humana, incluyendo contaminación, cambio climático, crecimiento urbano y los cambios del paisaje como la deforestación.

#### **El aumento de la escasez del agua**

La seguridad de en la comida, el comercio internacional y el cambio climático impactará en los recursos de agua en el futuro, la producción de comida y el consumo tienen un impacto cada vez más escaso en los recursos del agua. Una mala calidad de agua y el uso no sostenible de los recursos hídricos pueden limitar el desarrollo social y económico de un país, dañar la salud y afectar a los medios de subsistencia. Compuesta de agua que se usa directamente en sus operaciones y en la huella hídrica de su cadena de abastecimiento, la huella hídrica de Sodexo es importante y su propia gestión y conservación para toda la cadena de valor se volverá cada vez más importante. El agua usada directamente en sus operaciones y la huella hídrica en su cadena de abastecimiento es muy significativa, su gestión y la huella hídrica de Sodexo es importante, y su adecuada gestión y conservación a través de la cadena de valor será cada vez más importante.

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

Sodexo ha desarrollado una estrategia detallada del agua que le permite maximizar oportunidades y minimizar riesgos dentro del contexto del Better Tomorrow Plan, incluyendo:

- ➔ Desarrollaremos una huella híbrida hídrica virtual de Sodexo, utilizando un dato habitual y las metodologías de cálculo establecidas, que son empleadas por otras compañías multinacionales con complejas cadenas de suministros.
- ➔ Trabajaremos con la sigla en inglés WWF para validar la huella global virtual.
- ➔ Identificaremos una estrategia física, regular, financiera y otros riesgos y oportunidades.
- ➔ Desarrollaremos políticas asociadas y procedimientos para reducir el riesgo de la reducción del agua y para influenciar oportunidades, incluyendo el aumento de conciencia de los grupos de interés.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### ESTADOS UNIDOS

##### **El Programa de conservación del Agua en el Centro de Cuidado de la Salud Bethany**

El Proyecto de conservación del agua implica la instalación de nuevos baños, ventiladores y duchas, resultando en un ahorro de 2.6 millones de galones de agua y un valor anual de US\$47.000-. El Proyecto también incluye fundir los objetos cortos punzantes y transformarlos en discos de hockey que se pueden eliminar en un basurero, reduciendo de 90% los residuos peligrosos.

#### REINO UNIDO



##### **Reduciendo el consumo de agua con adaptación de válvulas termostáticas**

En el Valle Tillery, todos los lavamanos y las estaciones de higiene están equipados con fotocélulas que controla las válvulas termostáticas para asegurar que el agua fluya con una óptima temperatura y que no siga corriendo. Mientras el uso del agua ha aumentado en el Valle Tillery con una función del crecimiento del negocio, la cantidad de agua utilizada por unidad de producción continua disminuyendo en los últimos tres años, demostrando mejoras en el rendimiento del agua. Esto se debe a una simple pero efectivas medidas locales tales como las llaves de agua automáticas las cuales no permiten que el agua escurra; instalar tamices en caldera para minimizar el uso del agua en la refrescante, instalar coladores en las ollas para minimizar el uso de agua al sacar la pasta para enfriarla pasta.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

En el año 2010, conducimos nuestras primeras acciones:

- Creación de un Portavoz de un grupo de trabajo con representantes desde alrededor del globo quien se encuentra sobre una base regular para planificar e implementar las iniciativas del agua.
- Apoyo técnico para este grupo está siendo proporcionado por sus siglas en inglés WWF.
- El agua y los efluentes del trabajo en equipo es la primera tarea importante para analizar los resultados del Better Tomorrow Plan del inventario global para actividades medioambientales, este fue lanzado en Marzo del año 2010. Este análisis se realizará durante el otoño de 2010.
- Las acciones específicas implican tanto nuestras operaciones y actividades de la cadena de suministro comenzará en serio entre los años 2010-2011.

### ■ ETAPAS

Pasos para lograr nuestros objetivos sobre el uso directo del agua se detalla a continuación:

- Validar nuestros datos existentes.
- Consolidar los datos desde el inventario basado en el sitio global.
- Establecer una metodología de muestra.
- Identificar el número de centros con una submedición para ser ejemplificada por segmento (usando recopilación de datos).
- Especificar indicadores por segmento.
- Identificar centros para pilotar llevar a cabo las iniciativas del ahorro de agua.
- Desarrollar normas de un programa de consumo de agua.
- Desarrollar las mejores prácticas y soluciones innovadoras, incluyendo la finalización basado en el sitio de herramientas.
- Trabajar con proveedores internacionales y WWF
- Preparar un paquete de comunicaciones internas y externas
- Pilotar el programa del consumo de agua en los centros seleccionados.
- Confirmar resultados y establecer objetivos.
- Implementar un programa a través de los negocios.
- Medir el rendimiento del programa y los progresos a través de los negocios.

## 2011

- Implementar el programa de conservación del agua en todas las oficinas centrales.

## 2012

- Implementar la conservación del agua en todas nuestras oficinas matrices
- Acelerar las ventas de nuestros servicios de medición y reducción de la contaminación del agua para nuestros clientes.

## 2013

- Poner en práctica en todos los centros una vez al mes el programa de conservación del agua.

## 2014

- Comprometer a todos los países con metas para reducir la contaminación del agua.

## 2020

- Lograr el objetivo de todos los países para reducir la contaminación del agua.

## DESEMPEÑO

### ■ KPIs

	FY08	FY09	FY10
% de los centros ponen en práctica el programa de conservación del agua* (18)		8.8%	8.8%
% de los centros los cuales han tomado los pasos básicos para reducir el consumo del agua (18)		66.9%	66.9%
El consumo de agua en las Oficinas Centrales	2 804 m3	2 322 m3	2 366 m3
El consumo de agua en las Oficinas Centrales por m <sup>2</sup>	0.5 m3	0.3 m3	0.3 m3
(18) Servicio de Soluciones para la Consolidación On-Site	49% de los centros inventariados en 50 países representando el 95% de los ingresos del Grupo		

\*El programa de reducción de la huella de agua hídrica está compuesto de  
= Pasos Básicos (cambios de la conciencia y del comportamiento)  
+ Pasos avanzados (equipamiento e inversiones en los centros de los clientes)  
+ Medidas (subcontaje)

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección del agua y desechos
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



**FRANCIA**  
**So.Eco**

Sodexo está desplegando un programa denominado So.Eco., el cual implica la implementación de tres prácticas medioambientales en 3.000 de sus restaurantes: tratamiento de residuos, reducción de residuos (incluyendo otras descargas) agua y ahorros de energía. El programa incluye la distribución de guías de las mejores prácticas, información puesta en la Intranet, distribución de los equipos So.Eco para cada sitio centro para educar a los equipos locales e instalar los equipamientos de ahorro de agua en nuestros restaurantes.



**INDIA**

#### **Incrementando la conciencia del Día Mundial del Agua**

El 22 de Marzo del año 2010, Sodexo organizó el Programa del Día Mundial del Agua, para incrementar la toma de conciencia entre los miembros del personal (usando afiches en el idioma Hindi) y desarrollar estrategias para reducir el consumo en un 10%. La Campaña "Agua Limpia, Vida Sana" se llevó a cabo con Unilever (no se requirió electricidad) que ofrece soluciones rentables para proporcionar agua, a los colaboradores se les ofrecieron demostraciones de los equipamientos. Aquellos que proporcionaron las mejores sugerencias para el mes, se les otorgaron premios por sus propuestas y se discutieron planes de implementaciones claras con la gestión de Sodexo. Una campaña a nivel nacional se planificó para el día Mundial del Medio ambiente, el 5 de Junio, utilizando como modelo el Programa del Día Mundial del Agua.



## Residuos Orgánicos

**El compromiso de Sodexo:** Reduciremos los residuos orgánicos en todos los países donde operamos y en los centros de los clientes para el año 2015 y apoyaremos iniciativas para recuperar los residuos orgánicos.

**CONTACTO:**

**Thomas JELLEY**

Gerente de la Corporación de la Ciudadanía,  
Sodexo Reino Unido e Irlanda;  
Portavoz para materiales y residuos  
[thomas.jelley@sodexo.com](mailto:thomas.jelley@sodexo.com)

### ESTRATEGIA

#### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

Las cadenas de alimentos son un gran productor de residuos orgánicos, los cuales a menudo terminan en vertederos o incineradoras. En países industrializados, hay un preocupante aumento sobre el volumen de comida que es apto para el consumo humano pero se desperdicia. En los países emergentes, aun hay muchas oportunidades para asegurar que la comida no es dañina y que se pierde incluso antes de llegar al mercado. Alrededor del mundo, en cada parte paso de las cadenas alimenticias de comidas, desde el campo hasta el consumidor, tiene un papel en la reducción de los desperdicios. En nuestras operaciones de mantenimiento de jardines, también hay medidas para asegurar que los residuos orgánicos son un buen uso, tales como el compostaje.

*"El Equipo de Vale Tillery trabajó muy bien, haciendo mejoras significativas genuinas para reducir y recuperar el residuo orgánico mientras se ahorra dinero. Estamos encantados de ver que son fueron reconocidos nuestros esfuerzos cuando ganamos el premio de la Corporación de la Ciudadanía en Star Awards de Sodexo Reino Unido y el Premio la Estrella de Irlanda en Noviembre del año 2009" (Phil Hall, Sitio del Director, Valle Tillery).*

#### ■ COMO LO LOGRAREMOS

##### Nuestras prioridades:

##### → Pasos Básicos:

- Sensibilizando a los colaboradores, por ejemplo, para dando a conocer en las reuniones de trabajo comunicar la importancia de reducir y recuperar los residuos orgánicos en reuniones de equipo al menos una vez por al mes y hacer afiches o afiches o calcomanías disponibles para atraer la atención de los colaboradores.
- Sensibilizando a los consumidores, dando información para mostrar información sobre la importancia de la reducción de los residuos orgánicos, por ejemplo en los puestos de autoservicio y en las bandejas lugares donde se depositan las bandejas.

##### → Pasos más avanzados en la reducción del residuo orgánico:

Parte de las medidas de control, para la mejora y previsión de la producción, mejorar los procesos de producción de las comidas, eliminando las bandejas y la carga de alimentos pesados.

##### → Medir y comunicar el impacto de las medidas para reducir los residuos orgánicos:

Pesando los residuos orgánicos o recibiendo información por parte de las empresas que recogen los residuos orgánicos, archivando registros de peso de residuos orgánicos y comunicando las tendencias a los empleados, y clientes como parte del sistema de gestión medioambiental.

##### → Apoyando las iniciativas de la recuperación de residuos orgánicos para:

- La clasificación de los residuos para la recuperación.
- Trabajar con proveedores autorizados desde la central para recoger y reciclar el aceite de cocina con fines propósitos medioambientales tales como la conversión de biocombustibles y de energía.
- Trabajar con proveedores autorizados desde la central para recoger y reciclar residuos orgánicos para propósitos tales como el compostaje, digestión anaeróbica y la producción de energía.
- La implementación On-Site de los procesos tales como compostaje, digestión anaeróbica, producción energética y sus equivalentes.
- Usar abono producido On-Site desde el residuo orgánico para la mantención de suelos y otros propósitos oportunos si es legalmente posible.



## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

- Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, se ha nombrado designado un portavoz experto en la materia para liderar reuniones regulares con el grupo de trabajo a través del teléfono y una vez al año en persona.
- En mayo de 2010 se creó el grupo de trabajo de materiales de residuo orgánicos, cuya misión es llevar a cabo los compromisos y trabajar en cómo debemos afrontar este reto, manteniéndose al día sobre las innovaciones que nos pueden ayudar a conseguir nuestros compromisos y actuando como embajadores de todas las iniciativas relacionadas con los materiales de desecho orgánicos.
- Los miembros del grupo de trabajo representan los mercados más importantes de todo el mundo y tienen la tarea de apoyar a su Champion local, que es el responsable de coordinarse con el gerente de cada país para establecer el plan de acción anual.
- La primera tarea significativa del grupo de trabajo es analizar los resultados de las actividades del medio ambiente del sitio de inventario mundial, el cual fue lanzado en marzo del año 2010. Este análisis, el cual se realizó durante el otoño del 2010, incluye:
  - Identificar a los países con las respuestas más fuertes y débiles con el trato de los residuos orgánicos.
  - Identificar las mejores prácticas.
  - Desarrollar y comunicar más las mejores prácticas.
  - Revisar las definiciones de KPI, metas y procesos de medición antes de la validación por el grupo de seguimiento de KPI, los objetivos y procesos de medición para la validación de la gestión del grupo de trabajo, el cual está dedicado a los KPIs y métricos.

### ■ ETAPAS

**2010** → Analizar los resultados del sitio de inventario del rendimiento del medio ambiente del Better Tomorrow Plan a nivel mundial.

→ Colaborar con el grupo de trabajo de seguimiento de KPIs.

**2011** → Centrarse en los establecer los pasos básicos para reducir los residuos orgánicos, tales como la comunicación a colaboradores y consumidores.

→ Continuar construyendo relaciones en todo el mundo con las ONG dedicadas a la reducción de residuos orgánicos. Alrededor del mundo, dedicado a la reducción de los residuos de comida.

→ Celebrar la primera reunión física de los materiales y residuos del grupo de trabajo.

→ Todos los países establecerán un plan de acción para reducir los residuos orgánicos.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### REINO UNIDO

##### El camino de la reducción de los residuos orgánicos y la recuperación del éxito del Valle Tillery

El negocio del Valle Tillery de Sodexo ubicada en el Sur de Gales, provee comidas preparadas para el sector del cuidado de la salud y la educación, las autoridades locales y servicios de comidas a los clientes. Los residuos orgánicos originalmente se enviaban a vertederos, pero en Enero del año 2009 el Valle Tillery comenzó a enviarlo a una empresa que compañía que opera un sistema de compostaje y el abono orgánico a partir de gusanos. Por cada tonelada métrica del residuos orgánicos procedentes de la comida procesada, se generan aproximadamente 400 kilos de compostaje se genera y que se usa para abonarla regeneración de la tierra en los campos de Gales. Los costos de la eliminación de residuos se han reducido cerca del 35% y 150 toneladas métricas de residuos orgánicos han dejado de ser enviadas a los vertederos.

**2012** → TODOS LOS CENTROS IMPLEMENTARÁN AL MENOS UNA ACCIÓN PARA REDUCIR LOS RESIDUOS ORGÁNICOS.

**2015** → Todos los países se comprometerán con el programa de recuperación de residuos orgánicos.

## RENDIMIENTO

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de los centros que implementa el programa de reducción del residuo orgánico* (18)	4.5%	4.5%
% de los centros de los cuales que han dado los han tomado pasos básicos para reducir su residuo orgánico (18)	39.8%	39.8%
% de los centros que implementan iniciativas para recuperar el residuo orgánico (18)	52.8%	52.8%
% de los centros se recupero donde se recuperó el aceite utilizado en las cocinas. utilizo el aceite de cocina (18)	53.8%	53.8%
(18) Servicio de Soluciones para la Consolidación On-Site	49% de los centros inventariados en 50 países representando el 95% de los ingresos del Grupo	

\* El programa de reducción de residuos orgánicos consisten en  
= Pasos Básicos (cambios de la conciencia y del comportamiento)  
+ Pasos avanzados (equipamiento e inversiones en los centros de los clientes)  
+ Medidas (manteniendo registros)

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Reino Unido – 2010

Sodexo fue la única organización del servicio de comida colectiva que tuvo un ponente con un orador motivacional en el Foro de expertos sobre la Reducción de Residuos Orgánicos de Comida convocado por la Expert Forum on Reduction of Food Waste del Reino Unido en colaboración con Foresight, el Programa del Gobierno Británico para impulsar el rendimiento relativo de la ciencia e ingeniería del Reino Unido para el uso del gobierno y la sociedad.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de materiales y Desperdicios
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010



#### GRUPO MUNDIAL

##### Conversión del aceite de cocina en biocombustibles (UCO)

Sodexo está implementando programas para optimizar la recolección y recuperación del UCO desde todas las cocinas de los restaurantes. El Biocombustible desde el UCO emite menos del 78% del CO2 que el petróleo diesel.

- En el Año Fiscal del 2010, 200 toneladas métricas del UCO se reciclaron en **Bélgica**.
- En **Francia**, el UCO es recogido y recicló por un proveedor de servicios de referencia. Cada año se recogen, más de 100 toneladas métricas de la UCO fueron recolectadas. En el año 2009, se reciclaba en 859 centros.
- En el **Reino Unido**, se instaló una planta en el sitio de los centros de nuestros clientes para convertir al UCO en Biocombustibles y este negocio en el Reino Unido produce anualmente unos 350.000 litros de Biocombustibles a partir del reciclaje desde el UCO.
- En **Turquía**, la UCO recolectó desde todos los centros 11.5 toneladas métricas de aceite reciclado de cocina en el Año Fiscal 2010.



## Los residuos no orgánicos

### El Compromiso de Sodexo:

Se reducirá para el año 2010 los residuos no orgánicos en los países donde operamos y en aquellos centros donde se encuentren nuestros clientes, apoyaremos iniciativas para recuperar los residuos no orgánicos.

#### CONTACTO:

**Thomas JELLEY**

Gerente de la Corporación de la Ciudadanía,  
Sodexo Reino Unido e Irlanda;

Portavoz para materiales y residuos

[thomas.jelley@sodexo.com](mailto:thomas.jelley@sodexo.com)

## LA ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

Reconsiderando sobre los materiales que usamos y como los usamos, ya sea reduciendo el consumo, reutilizando materiales reciclados, todos tenemos un papel que cumplir en el cambio de nuestro acercamiento a los residuos de nuestro enfoque sobre los residuos: El residuo a menudo es simplemente un recurso que está que se utiliza en el lugar equivocado.

Grandes cantidades de materiales envasados que incluyen, papel, cartón, madera, plástico, metales y vidrios forman parte de nuestro negocio han sido parte de nuestro negocio. Su propósito es para proteger los materiales y la comida que usamos o servimos, para asegurar que permanecen a salvo siguen siendo seguros. Estamos comprometidos para reducir y recuperar los residuos no orgánicos para comprometernos en las iniciativas con nuestros proveedores, colaboradores, clientes y consumidores. Por ejemplo, compramos químicos concentrados de limpieza que se diluyen en nuestros centros, de esta forma se reduce alrededor del 90% el volumen de los envases plásticos envasados mientras y se elimina el transporte de grandes cantidades de agua.

### ■ CÓMO LO LOGRAREMOS

#### Nuestras prioridades

##### → Pasos Básicos:

**Sensibilizar a nuestros colaboradores**, por ejemplo, para informar sobre la importancia de reducir y recuperar los residuos no orgánicos en reuniones de equipo al menos una vez por mes e hacer afiches o calcomanías disponibles para llamar la atención de nuestros colaboradores.

**Sensibilizar a nuestros consumidores**. Para difundir información sobre la importancia de la reducción de los residuos no orgánicos, como por ejemplo en locales de autoservicio.

##### → Pasos más avanzados para reducir los residuos no orgánicos.

Usar dispensadores, equipos de dosificación, bandejas reutilizables, contenedores e implementos de servicio de comida reciclable.

##### → Medir y comunicar el impacto de los pasos para reducir los residuos no orgánicos

**Pesar los residuos no orgánicos o recibir información de las empresas contratadas sobre el peso de los residuos**, manteniendo el record del peso de los residuos no orgánicos y comunicar las tendencias a los colaboradores, clientes y consumidores como parte de un sistema medioambiental.

##### → Apoyar las iniciativas para recuperar los residuos no orgánicos:

- Clasificar el residuo para su recuperación
- Compactar el residuo para su recuperación
- Usar identificación centralizada, autorizar a los proveedores para recoger y reciclar los residuos no orgánicos.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

- ➔ Como parte del proceso de implementación del Better Tomorrow Plan, se ha designado un portavoz para liderar y dedicarse a trabajar en equipo, coordinando reuniones regularmente una vez al mes a través del teléfono y una vez al año en persona.
- ➔ En Mayo de 2010 se creó el grupo de trabajo sobre los materiales y residuos. Esta misión es apoyar los compromisos sobre materiales y residuos trabajando sobre cómo podemos afrontar el reto y manteniéndose al día de las innovaciones que nos ayudarán en nuestros desafíos y actuando como embajadores de todas las iniciativas relacionadas con Materiales y residuos.
- ➔ Los miembros del equipo de trabajo representan a importantes mercados alrededor del mundo y su tarea es apoyar al Champion de el campeonato local del Better Tomorrow Plan que es el quien es el responsable de instaurar el plan de acción anual.
- ➔ La tarea principal del trabajo en equipo de trabajo es analizar los resultados a nivel mundial de los inventarios de las actividades medioambientales el que cual fue lanzado en marzo de 2010. Este análisis se llevó a cabo durante el otoño del 2010, lo que implica:
  - Identificar a los países fuertes y débiles de respuestas de los residuos no orgánicos.
  - Identificar las mejores prácticas
  - Seguir desarrollando y comunicando las mejores prácticas.
  - Revisar las definiciones de KPI, metas y procedimientos de medición antes de la validación por el grupo de rendimiento de trabajo, que se dedica a medir los KPI

### ■ ETAPAS

#### 2010

Analizar los resultados de la presentación del inventario medioambiental del Better Tomorrow Plan a nivel mundial.  
Colaborar con la presentación del grupo de trabajo.

#### 2011

Concentrarse sobre los pasos básicos para reducir los residuos no orgánicos, tanto en la comunicación al trabajador como al cliente.  
Continuar construyendo relaciones con en todo el mundo con las ONGs alrededor del mundo que están dedicados a la reducción de los residuos no orgánicos.  
Seguir construyendo relaciones con los proveedores claves tanto en los materiales como en los residuos que son designados como productos fuera de las etapas contra la corriente.  
Sostener las primeras reuniones personales con el grupo de trabajo sobre los Materiales y Residuos.

#### 2012

Implementar al menos una acción para reducir los residuos no orgánicos en todos los centros.  
Contar con un plan de acción de la reducción de residuos no orgánicos.

#### 2015

Comprometer a todos los países en un programa para la recuperación de residuos no orgánicos.

## PRESENTACIÓN

### ■ KPIs

	FY09	FY10
% de centros implementando medidas para reducir los residuos no orgánicos (18)	4.0%	4.0%
% de centros de los cuales han tomado pasos básicos para reducir sus residuos no orgánicos (18)	33.9%	33.9%
% de centros que implementan iniciativas para recuperar los residuos no orgánicos (18)		
(18) Base para Consolidación On-Site	49% de los centros inventariados en 50 países representando el 95% de los ingresos del Grupo	

### ■ RECONOCIMIENTO

#### Australia – 2009

El Programa de Recuperación de Recursos de Sodexo ganó el “Golden Gecko Award for Environmental at Excellence” presentados por el Departamento de Mina y Petróleo del Oeste de Australia por la innovación de la minería, los aceites industriales y la responsabilidad del balance medioambiental con un exitoso desarrollo de los recursos en el Oeste de Australia.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- Sección de materiales y residuos
- Premios y reconocimientos
- Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



#### AUSTRALIA

##### Programa de la recuperación de recursos


Desde el año 2007, el propósito del Programa de recuperación de Recursos mantiene y recicla de muchas formas los residuos de la mejor forma posible. Este programa ha sido desplegado a 22 sitios remotos en toda Australia. Se han reciclado cerca de 750 toneladas métricas, reduciendo y enviando los residuos que se enviaban al a vertederos en alrededor en un espacio de 1,783 m³. En el año 2010, se instaló en un pueblo una nueva instalación para el procesamiento de vidrio y cartón. Con este programa se ganaron más de AU\$95.000, ganancias que han sido las ganancias son destinadas a las instituciones de caridad.



#### REINO UNIDO

##### Reducción de envasado y desperdicios – colaboración con Unilever

Siguiendo al foro de proveedores de envases de 2008, Sodexo ha seguido las iniciativas de minimización de envases formulada por un número de sus principales proveedores. La colaboración entre Sodexo y Unilever llevó al rediseño de los envases de cocina reduciéndose significativamente el uso del cartón, plásticos y madera, pero con una mayor funcionalidad incluyendo tapas con cierre y un panel especial para el etiquetado de los alimentos a fin de que el envase se puede utilizar para la refrigeración una vez que el alimento ha sido utilizado.



Un mañana mejor  
empieza hoy.

## WE ENGAGE

Nos grupos de interés .....	58
Nos Colaboradores .....	59
Nos Clientes .....	60
Nos Consumidores .....	61
Nos Proveedores .....	62
Instituciones .....	63



# Nos grupos de interés

## Conectados con muchos grupos de interés

Comprometiéndonos con nuestros grupos de interés que son la clave para asegurar que cumplimos con nuestros compromisos para proveer la calidad de vida.

Una compañía global como Sodexo está en una fuerte posición para proveer respuestas pragmáticas y contribuciones significativas que incorpora a los desafíos de la ciudadanía corporativa.



**Nos esforzamos para comprometer a nuestros grupos de interés a través de acciones comunes:**

- ➔ Escucharemos a nuestros grupos de interés y mantendremos un diálogo con ellos.
- ➔ Influenciamos Influidimos en las prácticas de los centros en los que operamos y más allá de ellos.

A través de su presencia a nivel mundial, Sodexo contrata a 380,000 colaboradores y sirve a más de 50 millones de consumidores diariamente. Además, tenemos **relaciones profesionales a largo plazo** con muchas organizaciones, incluyendo a nuestros clientes y proveedores.

Para implementar el Better Tomorrow Plan a través de 80 países y 34.000 centros donde operamos e influenciamos las prácticas para los grupos de interés más allá del perímetro, el impacto de los compromisos de Sodexo será de dos a ninguno.

Desarrollaremos **una posición de liderazgo** dentro de las redes, apoyando oportunidades para conocer y comprometerse con los grupos de interés así como también para ser reconocidos como la marca de referencia y líder sostenible en:

- Nutrición, salud y bienestar.
- Comunidades locales.
- El medioambiente.

## Estamos comprometidos

**Nos comprometemos al diálogo con nuestros grupos de interés así como también en influenciar en sus prácticas en los centros donde operamos.**

<b>COLABORADORES</b>	Capacitaremos y entrenaremos a nuestros colaboradores y los comprometeremos en programas y acciones de la ciudadanía que contribuye a un estilo de vida más saludable y sostenible.
<b>CLIENTES</b>	Apoyaremos las estrategias de sustentabilidad de nuestros clientes y contribuiremos a que se refuerce nuestra reputación entre una fortificante reputación de nuestros clientes.
<b>CONSUMIDORES</b>	Ayudaremos a los consumidores a adoptar prácticas más sostenibles.
<b>PROVEEDORES</b>	Nos comprometeremos con nuestros proveedores para mejorar la sostenibilidad en nuestra cadena de suministro y comprometerlos a llevar nuestros compromisos.
<b>INSTITUCIONES</b>	Consultaremos regularmente a nuestros grupos de interés externos sobre estrategias e innovación.

**Sodexo se esforzará por regular en informar regularmente y con precisión sobre el progreso de sus compromisos para de acuerdo a asegurar que los objetivos que se han logrado.**

# Los Colaboradores

**El compromiso de Sodexo:** Capacitaremos y entrenaremos a nuestros colaboradores y los comprometeremos en programas y acciones de la ciudadanía que contribuyan a un estilo de vida más saludable y sostenible.

## ESTRATEGIA

### ■ ¿POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA?

El éxito del Better Tomorrow Plan reside en nuestra habilidad para comprometer y crear un diálogo con nuestros colaboradores, que son nuestros mejores embajadores para los grupos de interés, entre los cuales están nuestros clientes y consumidores.

#### Como lo lograremos

Proveeremos a nuestros colaboradores y gerentes con lo esencial del Better Tomorrow Plan a través de:

1. Proveeremos formación de sustentabilidad a los trabajadores.
2. Proveeremos entrenamiento sobre el Better Tomorrow Plan.
3. Alentaremos activamente a los colaboradores a participar en programas voluntarios que contribuyan a las acciones de la ciudadanía.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA.

Para facilitar el entendimiento de los equipos de gestión de Sodexo del Better Tomorrow Plan y su asignación para los colaboradores, hemos desarrollado diversas herramientas útiles.

## E-learning

En el 2010, Sodexo lanzó un módulo de e-learning para todos los gerentes operacionales y funcionales, que incluyen hasta 34.000 gerentes. Este curso en línea dura 16 minutos y está disponible en 7 idiomas: inglés, francés, italiano, chino, alemán, español y portugués de Brasil. La herramienta será impulsada durante el próximo año fiscal para incluir un módulo por cada compromiso del Better Tomorrow Plan. La meta es lograr la tasa de reclutamiento (número de conexiones a los e-learning/número de centros) cerca del 70% para fines del 2010. La herramienta será mejorada durante el próximo año fiscal para incluir un conocimiento en profundidad de los compromisos del Better Tomorrow Plan.

## Los afiches "Hoy voy a..."

Cada día, existen ideas simples que podemos implementar On-site para hacer prácticas más sostenibles. Con esta meta en mente y para ayudar a lograr los compromisos del Better Tomorrow Plan, Sodexo ha lanzado una campaña de afiches que presentan un mensaje central "Hoy voy a". Con hasta 3 mensajes claves por compromiso We Do, la campaña de los afiches apunta a comprometer a nuestros colaboradores, abrir un diálogo y darle las llaves para cambiar sus prácticas. Se ha creado una serie de 45 afiches en francés, español e inglés: un afiche genérico para el Better Tomorrow Plan, tres afiches para nuestras prioridades y 41 afiches que cubren nuestros 14 compromisos.

### ■ ETAPAS

#### 2011

Ahora que hemos planeado iniciar la segunda fase del sistema de plataforma e-learning para apoyar a nuestros equipos en la mejora de sus conocimientos del Better Tomorrow Plan para así facilitar su implementación en todos los países y en todos sus centros.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- La Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Sección Estamos Comprometidos

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### NORTE AMERICA

#### La Comunidad de "Sustainability Education and Expert Development" SEED

En el año 2008, Sodexo lanzó la comunidad de "Sustainability Education and Expert Development" (SEED) para construir conocimientos y la capacidad de implementación por toda la organización. El grupo piloto inicial de 60 gerentes creció a 175 expertos en la materia en el año Fiscal del 2010, la Comunidad SEED participó en tres seminarios regionales y en más de 20 seminarios virtuales, respondieron más de 30 solicitudes de clientes sostenibles y se registraron más de 1.900 horas de formación.



### INDIA

#### Celebrando el Día Mundial del Ozono

El Día Mundial del Ozono se celebra cada año en Septiembre. En el año 2009, decidimos marcar la ocasión y hacer que todos los colaboradores tomaran conciencia del efecto medioambiental sobre sus propias vidas y aquellas las generaciones futuras. La ONG Greenpeace fue invitada a nuestro campus para propagar la palabra sobre cómo cuidar a nuestro medio ambiente.

# Cientes

**El Compromiso de Sodexo:** Apoyaremos la estrategia de sostenibilidad de nuestros clientes y contribuiremos a fortalecer su reputación corporativa.

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

Sodexo es, por naturaleza, una empresa que está totalmente comprometido y ha comprometido a realizar en nombre de sus grupos de interés como empresa responsable: una empresa de servicios comprometiendo a consta de hombres y mujeres que proveen servicios a otros; una compañía internacional con una presencia de 34.000 centros en 80 países; una compañía con dimensiones sociales firmes, contratando 380.000 colaboradores alrededor del mundo, y un socio para sus clientes, ayudándoles a mejorar sus rendimientos no solo en términos económicos, sino también en términos sociales y medioambientales.

Hoy, la sustentabilidad tiene un significado de oportunidad de negocios, debido a:

- ➔ Los clientes y los mercados buscan el compromiso y las mejoras visibles de rendimiento para ayudarles a conseguir sus propias metas de sustentabilidad.
- ➔ Los clientes, consumidores y colaboradores están cada vez más conscientes de la conexión entre los servicios y la sustentabilidad.
- ➔ Emerger esquemas reguladores puede aumentar el valor de los servicios a los clientes y crea nuevas oportunidades comerciales.
- ➔ Nuevos compromisos ayudarán a obtener nuevos negocios
- ➔ Hay oportunidades de crear valores directos para los clientes.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

Para ayudar a las estrategias sostenibles de nuestros clientes y comprometer los On-Site, nuestras prioridades implican:

- ➔ Compartir regularmente las mejores prácticas con nuestros clientes.
- ➔ Promover y ofrecer a clientes el Better Tomorrow Plan.
- ➔ Apoyar las estrategias de sustentabilidad a nuestros clientes para:
  - Promocionar claramente nuestro compromiso On-site de forma visible, con indicadores tangibles.
  - Hacer que nuestros clientes y colaboradores estén orgullosos de trabajar en Sodexo.
  - Reportar sobre nuestra mejora medioambiental medible en los centros de los clientes.

- Comunicar nuestro valor añadido a través de costes ahorro y de la prevención de los gastos.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Durante el año fiscal del 2010, hemos enviado una carta desde nuestro Ejecutivo Michel Landel ha enviado al Ejecutivo de nuestra Corporación Internacional de Grandes Cuentas para informarles de nuestro Better Tomorrow Plan, y hemos desarrollado acciones en conjunto sobre las bases globales para utilizar las iniciativas del Better Tomorrow Plan en sus centros.

### ■ QUE ES LO PRÓXIMO

#### 2011

- ➔ Lanzar boletín informativo digital de la sustentabilidad.
- ➔ Crear depósito de comunicación para información (preguntas frecuentes).
- ➔ Utilizar sistemáticamente el Better Tomorrow Plan para la Corporación Internacional de Grandes Cuentas y el segmento de Educación.
- ➔ Crear un Foro para clientes para intercambiar las mejores prácticas.

#### 2012

- ➔ Crear circuitos de retroalimentación regular.
- ➔ Todos los países: Comercializar el Better Tomorrow Plan para los clientes.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- La Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Sección Estamos Comprometidos

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

### SUECIA

#### Proyecto de reducción del Desperdicio

La Municipalidad de Åtvidaberg, cliente perteneciente a los segmentos de Educación y Senior de Sodexo, han implementado un gran proyecto de reducción de los residuos en desperdicio alrededor de un 50%. Los encargados de los centros de Sodexo dieron charlas a 60 escuelas para aumentar la conciencia a los estudiantes sobre el desarrollo sostenible y la reducción de los residuos desperdicio. En Alléskolan, unos 600 estudiantes y profesores han reducido los residuos de comida desde 175 Kilos a 50 kilos por semana, hasta ahora se han reducido los residuos desperdicio en 75% desde el año 2008 hasta el año 2010.



### FRANCIA

#### Origen Orgánico

Desde el año 2009, Sodexo ha permitido cafeterías en las escuelas de la ciudad de Brest utilizar productos orgánicos producidos en las granjas locales. Como la producción orgánica local continúa siendo insuficiente para proveer 900,000 comidas preparadas cada año, hemos animado a los agricultores locales a cambiar sus métodos a aquellos que sean orgánicos. Sodexo se ha asociado con la ciudad, asociaciones locales y distribuidores especialistas para comprometer la mantención de los ingresos de los granjeros para comprar sus productos a un precio equivalente para los productos orgánicos hasta que los productos puedan ser etiquetados AB. En tres años, 22-25% de los productos servidos en la escuela Brest serán orgánicos.

# Consumidores

**El Compromiso de Sodexo:** Ayudaremos a los consumidores a adoptar prácticas más sostenibles y saludables.

LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- La Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Sección Estamos Comprometidos

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

Las elecciones de nuestro estilo de vida personal son las principales causantes de las enfermedades gestoras de la enfermedad crónica y los elevados los costos de salud. Como consumidores, necesitamos pensar menos sobre “preocuparnos” y pensar más en “prevenir” por nuestra propia cuenta y permanecer lo más saludables posible. El interés de los consumidores sobre los temas de sustentabilidad está creciendo. Los colaboradores, estudiantes y residentes saludables están más presentes, comprometidos y productivos. Sodexo quiere comprometerse proactivamente mejorando los hábitos de salud para así limitar las intervenciones médicas y mejorar la salud del consumidor.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

A través de un viaje progresivo de tres pasos ayudaremos a los consumidores influyendo en su comportamiento:

#### 1. EDUCACION

- ➔ Mejorando el acceso de los consumidores a la información cualitativa y cuantitativa en relación que concierne a temas de la salud y bienestar
- ➔ Proveyendo educación nutricional y de salud y formando a los consumidores para dirigir de mejor manera sus intereses nutricionales.
- ➔ Proveyendo educación medio ambiental y formación a los consumidores.
- ➔ Proveyendo alternativas saludables y medioambientalmente correctas
- ➔ Creando un portafolio dedicado de ofertas que dirige todas las sugerencias y prioridades de los clientes en relación a los hábitos alimenticios saludables y sustentabilidad.
- ➔ Invitando a todos los consumidores a proponer ideas y mejoras.
- ➔ Con nuestro socio estratégico Coca-Cola hemos lanzado una campaña Campaña Hidratación, la cual comenzó en el Reino Unido y será extendida a otros países (Chile, el Centro de Salud de Estados Unidos y Países Bajos). El objetivo es crear conciencia sobre el consumo de líquido que se necesita beber, no solo los líquidos que tomamos, sino también de los líquidos derivados de los diversos alimentos que comemos.

#### 2. CONECTANDO

- ➔ Facilitando las redes entre los consumidores:
  - Crear plataformas colaborativas.
  - Planificar eventos, que incluyen, presentaciones, clases, sesiones de “come y aprende”, webinars, programas de radio, salidas y podcasts.

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### BRASIL

#### La Campaña “Un Consumo consciente, una actitud que transforma”

La Campaña “Un Consumo Consciente, una actitud que Transforma” refuerza la preocupación de Sodexo con el medio ambiente. Implica una gran cantidad de interacción con nuestros consumidores e incluye varios tipos de material de comunicación para educar e informar a la gente de la importancia de pequeños pasos que se pueden tomar para garantizar el futuro de nuestro planeta, como reducir, reutilizar y reciclar. El tema principal es el consumo inteligente de “Alimentos”, y sobre una segunda bases también podemos tocar otros temas importantes, como: agua, papel, plástico y reciclaje. En los años 2009-2010, 250 clientes han sido implicados en esta iniciativa.

- ➔ Desarrollando una actitud de “miembro orgulloso” con respeto para almorzar o comenzar a servir en los centros de Sodexo y proveyendo oportunidades para que los consumidores participen ya sea individual o colectivamente en las acciones de sostenibilidad.
- ➔ Creando una comunidad virtual del Better Tomorrow Plan.

### 3. INVOLUCRAR

- ➔ Poniendo en desarrollo las iniciativas educacionales, tales como programas de control de peso, orientación nutricional, formación de salud, cursos de formación en línea, programas para dejar de cese del cigarro y seguimiento de los KPIs.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Nuestras soluciones se están adaptando para situar a cada cliente de acuerdo a las prioridades definidas por nuestros clientes. A través del Better Tomorrow Plan, los animaremos para ser parte en los programas de educación nacional o para desarrollarlos ellos mismos, para:

- ➔ Hacer que la información esté disponible.
- ➔ Organizando y gestionando cursos y actividades.
- ➔ Incorporando componentes educacionales dentro de ofertas existentes o nuevas ofertas que se han creado.

### ■ QUE ES LO PRÓXIMO

#### 2011

- ➔ Proveyendo recursos en línea y líneas telefónicas.
- ➔ Proporcionar formación de dieta y lecciones de cocina.
- ➔ Proporcionar programas educacionales para niños.
- ➔ Pilotando los patios de recreo con producción comestible.

#### Testimonio

**Quando Shirley Wolfe, de 81 años, viajó a la Comunidad del Adulto Mayor en Springhill era bastante inactiva, pero las cosas cambiaron cuando comenzó a asistir y ver la ventaja del programa de ejercicios de capacidad de salud de Springhill, ofrecido a los residentes por Sodexo. Ella dijo “¡Esto es lo mejor que he sentido en mucho tiempo!”, “Intentaré conversar con más residentes para que lo hagan!”**



### MÉXICO

#### El Programa “Vivir Bien”

El ya exitoso programa “Vivir Bien”, ya implementado en varios países de Latinoamérica, para combatir la obesidad se lanzó en México en marzo del 2009. Los servicios incluyen un portal de Internet con información de ofertas de nutrición, salud y bienestar a los clientes de Sodexo, afiliados y usuarios de tickets, mas formación en línea, herramientas de diagnóstico, pruebas, foros y una lista de restaurantes que sirven comida nutritiva de alta calidad. Se espera que alcance a los 10 millones de personas, tal como se anunció por los medios mexicanos.



# Proveedores

**El Compromiso de Sodexo:** Nos comprometemos a nuestros proveedores en mejorar la sustentabilidad de la cadena para proveerlos en la entrega de nuestros compromisos.

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDA

Nuestros fundamentos, valores y principios éticos, sirven como bases para nuestras pautas del Better Tomorrow Plan para las relaciones con nuestros proveedores. Operamos dentro del espíritu y al pie de la ley, manteniendo estándares éticos altos allí donde sea que dirijamos un negocio. Buscamos activamente relaciones de negocios de manera activa con proveedores que comparten nuestros valores y promueven la aplicación de estos altos estándares entre aquellos con quienes hacen negocios y colaboran estrechamente con proveedores en toda la cadena de suministro por toda la cadena de abastecimiento. Este compromiso nos ayuda a traer las mejores ideas a la mesa para el beneficio de nuestros negocios y marcas.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

A través del Grupo Sodexo nuestras prioridades implican:

- ➔ Ayudando asistiendo a nuestros proveedores con los criterios del Código de Conducta en todas las reuniones.
- ➔ Proporcionar las sesiones formativas al proveedor de pequeñas y medianas compañías sobre tareas como los estándares y la diversidad del medio ambiente.
- ➔ Implicando a nuestros proveedores en nuestra iniciativa "Stop Hunger".
- ➔ Implicando a nuestros proveedores en programas pilotos para proyectos especiales como la reducción y recuperación de residuos desperdicio.
- ➔ Creando regularmente feedback y foros para proveedores.

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Durante el año Fiscal del 2010, enviamos una carta desde nuestro Ejecutivo Michel Landel a todos Proveedores Internacionales para informarles de nuestro Better Tomorrow Plan y comenzar así a desarrollar acciones colectivas sobre una base global para llevar las iniciativas del Better Tomorrow Plan a sus centros.

### ■ QUE ES LO SIGUIENTE

#### 2011

- ➔ Desarrollar y publicar regularmente un boletín informativo a los proveedores.

#### 2012

- ➔ Establecer un Consejo Asesor para nuestros proveedores.
- ➔ Ayudar a pequeños y medianos proveedores a través de programas de formación especializada.
- ➔ Crear foros para proveedores.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- La Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Sección Estamos Comprometidos

## SELECCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS



### ESTADOS UNIDOS

#### Kraft Foods y Ecolab reciben al mejor proveedor Better Tomorrow de la Gerencia de Abastecimiento

Sodexo ha premiado al proveedor alimentos Kraft y Ecolab. Kraft fue reconocido por mejorar el valor nutricional de sus productos para reformular el 25% de su portafolio sobre los últimos 5 años, y es también el mayor comprador de café certificado y granos de coco de Rainforest Alliance. Ecolab fue reconocido por sus esfuerzos en la reducción de energía, incluyendo su meta por la reducción en el consumo de agua de un 18% por tonelada métrica para los productos embarcados desde el 2009 hasta el 2015, y también jugó un rol importante en la sociedad con Sodexo en el desarrollo de procedimientos estándar para la certificación LEED – en servicios medioambientales en el cuidado de la salud.

### REINO UNIDO

#### Foro los empaques de los proveedores

Para alentar el diálogo y compartir las mejores prácticas, Sodexo convocó al foro de empaque del proveedor en diciembre del 2008. Los 60 delegados que tomaron parte, incluyendo representante de Defra, des « Waste and Resources Action Program » y proveedores clave. Ahora somos capaces de hacer un seguimiento al peso del paquete asociado con miles de producto y combinar estas figuras con los registros de compras para calcular el peso que pasa a través de nuestro negocio. Diecinueve iniciativas para la reducción de los empaques se han emitido por los proveedores, incluyendo el rediseño de los empaques de Unilever para un producto existente que redujo el uso de plástico en un 9% y de papel en un 11% por ítem.

# Instituciones

**El compromiso de Sodexo:** Consultaremos a los interesados externos sobre estrategia e innovación.

## ESTRATEGIA

### ■ POR QUÉ SODEXO ESTÁ COMPROMETIDO

El compromiso de los grupos de interés implica tener voluntad para escuchar y discutir temas de interés de los grupos de interés de Sodexo. Es de vital importancia que estemos preparados para considerar los cambios de nuestros objetivos y como operamos con el resultado del compromiso del grupos de interés. Desde que buscamos minimizar lo negativo y maximizar lo positivo del medio ambiente y de los impactos sociales, el compromiso de los grupos de interés es una de las habilidades del núcleo y las actividades clave que nos permite el éxito y efectivamente hace que esto suceda.

### ■ COMO LO LOGRAREMOS

A través del Grupo, nuestras prioridades implican:

- Consultar con las distintas comunidades.
- Desarrollar y mantener un mecanismo o procedimiento para que la organización sea responsable de sus actividades.
- Crear un medio para mantener informados a las comunidades del futuro sobre las perspectivas y planes de Sodexo.

#### LEA MÁS EN [WWW.SODEXO.COM](http://WWW.SODEXO.COM)

- La Presentación del Better Tomorrow Plan
- Catálogo de Buenas prácticas 2010
- Sección Estamos Comprometidos

## IMPLEMENTACIÓN

### ■ COMO IMPLEMENTAMOS NUESTRA ESTRATEGIA

Sodexo pone en práctica un diálogo transparente y permanente en todo el mundo con nuestras comunidades locales para promover un estilo de vida saludable.

- A un nivel global, Sodexo está involucrado en la estrategia global de WHO's sobre las dietas, actividad física y de salud, así como también los grupos de trabajos de ILO.
- En el nivel EU, Sodexo está involucrada en los programas de plataformas FERCO en relación a las acciones con respecto a las acciones sobre dietas, actividad física y de salud.
- Sodexo está asociado con la red BBK y la Red Europea de la Promoción de la Salud en el lugar de Trabajo (ENWHP – European Network for Workplace).
- En Francia, Sodexo representa nuestra organización profesional (el SNRC), además de ser parte del comité técnico de los PNNS (Programme National Nutrition Santé) y miembro del CNA (Conseil National de l'Alimentation). En el año 2010, Sodexo participó en la creación del informe para la DANNE sobre la obesidad y la nutrición.

En marzo del 2010, la Fundación « World Wildlife Fund » (WWF) y Sodexo firmaron un acuerdo para trabajar juntos globalmente sobre mutuos temas de interés comunes, sobre las cadenas de suministros y del medio ambiente. Esto comenzara con mariscos, productos básicos agrícolas, agua, energía y se concentrara en promocionar los sonidos del medio ambiente y las prácticas sostenibles de las cadenas de suministros.

### ■ QUE ES LO SIGUIENTE

#### 2010-2012

- Tenemos un acuerdo de tres años con WWF para hacer frente a estos objetivos y a otras cuestiones clave de la cadena de valor en todo el mundo.

## SELECCIÓN DE MEJORES PRÁCTICAS



#### EN TODO EL MUNDO

##### Asociados con la Asociación Alliés para combatir con la desnutrición y la pobreza

Sodexo es miembro de la asociación Alliés (Allied), la Agencia Francesa Internacional contra el hambre, una iniciativa apoyada por la "Food Agricultural Organisation" (FAO). Alliés es una red multisocial que incluye ministerios, autoridades locales, medios de comunicación, organizaciones agrícolas, centros de investigaciones y ONG. En el año 2009, para el Día Mundial del Alimento en Octubre, Sodexo organizó un foro con la Alliés que trajo varias compañías, ONGs, autoridades locales y organizaciones agrícolas con el propósito de facilitar sinergias y asociaciones para combatir la desnutrición y la pobreza.



#### NORTE AMERICA

##### SECOND NATURE apoya Sodexo en la aplicación de los programas de desarrollo sostenible

Sodexo concluyó una asociación con la ONG "SECOND NATURE" que actúa en favor de la consideración de las cuestiones de desarrollo sostenible en la sociedad. Segundo Naturaleza puso en marcha programas con los órganos colegiados y las universidades con el fin de sensibilizar a los estudiantes e impartirá formaciones a los dirigentes de Sodexo para ayudar a la empresa a desarrollar ofertas de referencia en el mercado de la enseñanza superior.

# Nuestras publicaciones

Disponible en [sodexo.com](http://sodexo.com):

---

Publicaciones Anuales del Grupo del Año Fiscal Año 2010  
Group Annual (interactivo)

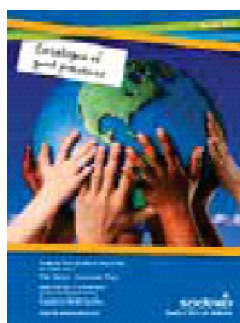


- Reporte Anual
- Documentos de Referencia
- Informe de Ciudadanía Corporativa
- Reporte de Recursos Humanos
- Reporte de la diversidad e inclusión

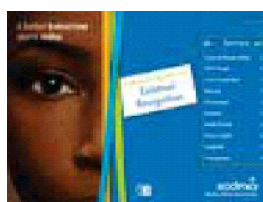
Materiales Comunicacionales de la Corporación de la Ciudadanía



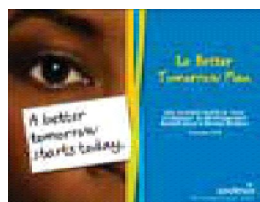
**FY10 Informe de Progreso de la Ciudadanía Corporativa**  
*Disponible en Inglés, Francés y Español*



**Catálogo de Buenas Prácticas del Año Fiscal año 2010**  
*Disponible solo en Inglés*



**Premios y Reconocimientos a Nivel Mundial**  
*Disponible solo en Inglés*



**Presentación del Better Tomorrow Plan**  
*Disponible en Francés, Inglés y Español en dos formatos (versión corta y larga)*



**Folleto STOP Hunger**  
*Disponible en Inglés y Francés*



#### CONTACTO

---

Grupo Sodexo  
Departamento de Ciudadanía Corporativa

255 Quai de la Bataille de Stalingrad  
92866 Issy-les-Moulineaux cedex  
Francia

[bettertomorrow.group@sodexo.com](mailto:bettertomorrow.group@sodexo.com)

[www.sodexo.com](http://www.sodexo.com)