



# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2011

→ VERSIÓN RESUMIDA



# RRHH



## Desafíos

- :: Promover el desarrollo de carrera de nuestros empleados.
- :: Incrementar la cantidad de horas capacitación por empleado.
- :: Trabajar fuertemente en la integración de todos los sectores y plantas, en la mejora de gestión y calidad de las áreas.

## Programas de capacitación

→ **Terminalidad escolar primaria y secundaria**  
Programa destinado a facilitar a los empleados la culminación de su ciclo educativo. Se desarrolla con la Dirección General de Escuelas de la provincia.

→ **Capacitación profesional**  
Continuamos con nuestro programa anual tendiente a perfeccionar a cada uno en su puesto, elevando los estándares de trabajo y cumplimiento con las normas.

## Horas de Capacitación

- Llavallol
- Catamarca
- Central
- Real del Padre
- Tunuyán
- Tupungato



## Comunicación Interna

Con una gestión a puertas abiertas, mantene-mos informados a nuestros empleados.

## Selección

Las búsquedas se realizan siempre en una primera instancia interna, dando posibilidades a nuestros empleados.

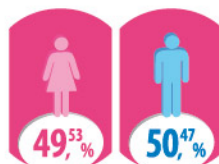
## Voluntariado Corporativo "Frutos del Corazón"

Se realizan actividades solidarias y acciones internas, estrechando lazos con la comunidad y reforzando la cultura de la empresa.

## Campaña de Prevención Vial

En 6 temporadas se entregaron ojos de gato a todos los empleados que circulan en bicicleta (desde y hacia su trabajo). Se entregó folletería de apoyo a quienes viajan en auto, moto y bici. En 2011 el programa se extendió a proveedores entregando folletos a camiones que entran en las plantas junto con bolsas ecológicas.

### PROMEDIO POR GENERO

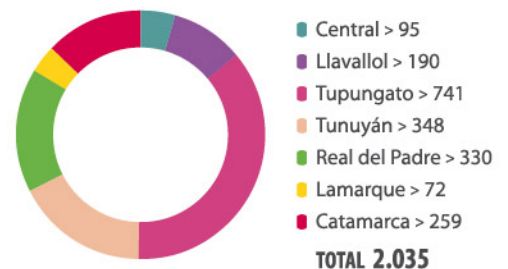


Nº de empleados temporarios y permanentes.

### ANTIGÜEDAD EN AÑOS

12,32 promedio

### TOTAL EMPLEADOS 2011



Información al 31/08/2011

# PROVEEDORES, CLIENTES Y CONSUMIDORES



## PROVEEDORES

### Compromisos

- :: Dar la oportunidad de ofertar libremente cumpliendo las normativas nacionales e internacionales.
- :: Sumar esfuerzos para alcanzar los niveles de calidad pautados.
- :: Desarrollar en forma conjunta, mejoras constantes trasladando los logros obtenidos a nuestros consumidores y clientes.

### Selección y Evaluación

Trabajamos con proveedores que contemplen los criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, la seguridad social y fiscal. Buscamos que sus operaciones garanticen el respeto a los derechos humanos y al medio ambiente.

## CLIENTES

### Compromisos

- :: Priorizar la continuidad de las relaciones de larga data.
- :: Ampliar las estrategias de llegada a los clientes mas cercanos.
- :: Agilizar los mecanismos de devolución en reclamos y consultas.

### Política de Comunicación Comercial

Al comunicar mantenemos el cuidado y responsabilidad necesarios con respecto a la legislación de defensa del consumidor. Buscamos la mejora constante de nuestros productos según las necesidades y demandas de clientes y consumidores.

## CONSUMIDORES

### Compromisos

- :: Producir con materias primas de calidad inocuas para el ambiente.
- :: Reconocer los perfiles de nuestros consumidores: celiaquía, hipertensión, obesidad, grupos étnicos y religiosos.
- :: Brindar un servicio eficiente de atención al consumidor: 0800-333-1551. Nuestra línea registra los reclamos para mejorar y perfeccionar la calidad de productos y servicios.

### Veracidad en la Comunicación

Las comunicaciones son realizadas en un encuadre de verdad y transparencia donde no se modifican ni alteran aspectos de la realidad del producto y/o empresa.

### Compromiso con la Salud

Nos comprometemos con nuestros diferentes públicos para perfeccionar los productos, sustituyendo componentes, tecnologías y procedimientos para minimizar o evitar riesgos a la salud y seguridad del consumidor. Desde el área de RSE comunicamos y difundimos conceptos como la compra consciente y el consumo responsable, complementando la prevención realizada con la concientización de los consumidores. Contamos con certificados de inocuidad alimentaria para la salud y seguridad de los consumidores.

TIPOLOGIA	Mercado Local	Mercado Externo
	Distribuidores Canal Gastronómico Cadenas de Super e Hipermercados Mayoristas Regionales y Nacionales.	Distribuidores Clientes Institucionales

→ **Certificaciones de Calidad**  
HACCP, BRC, KOSHER, BMP, Sin T.A.C.C



# COMUNIDAD



Los programas de Inversión Social requieren la alianza con instituciones de las provincias en las que se encuentran nuestras plantas. Trabajamos en conjunto con:

- :: Más de 120 escuelas
- :: Organismos públicos de educación, medio ambiente, salud, desarrollo local, trabajo y cultura.
- :: Municipalidades y delegaciones Vecinales.
- :: Empresas de cercanía territorial o tipo de industria.

## Ambiente

### SiempreConcientos

Cuadernillo para docentes desarrollado por profesionales de la empresa sobre el cuidado ambiental y separación de residuos en su origen.

Convenio con la Municipalidad de Tunuyán y escuelas para trabajar en conjunto en el Manzano histórico.

## Complementación Institucional

Colaboración con Instituciones Locales:

- :: Bancos de Alimentos: Para la donación y distribución de alimentos.
- :: Asociación de Celíacos de Catamarca: Asistencia e Información a clientes/consumidores con ese requerimiento.

## Educación

### → Buen Apetito I

Publicación teórica y didáctica sobre la buena alimentación para escuelas y comedores de las zonas cercanas a las plantas.

En 2011 concluimos con un concurso de plástica.

### → Camino de Encuentro

Profesionales de la empresa dedican expertise y tiempo en talleres a alumnos de la Escuela Secundaria Agropecuaria Camilo Carballo.

### → Erradicación del Trabajo Infantil

Participamos en el programa "Educar en Vendimia", colonia de verano para hijos del personal de fincas, incluye comidas, actividades recreativas y prácticas ambientales. Además actuamos como miembros de la "Red de Empresas contra el Trabajo Infantil".

## Salud y Nutrición

### Maratón "Uniendo Caminos"

Con la organización a cargo del grupo de voluntarios corporativos de la empresa, docentes y estudiantes de la Escuela Técnica Agropecuaria N° 4-212 "Camilo Carballo".

:: 800 inscriptos

:: 44 kilos de tapitas de plástico donadas al Hospital pediátrico "Dr. Humberto Notti".

Sumaron sus colaboraciones 28 empresas de la zona.

## DONACIONES EN ALIMENTOS

\$228.018,05 Donaciones

101.460 Unidades

46.032 kg Volumen total

## INVERSIÓN EN CIFRAS

\$368.000

TOTAL CONTRIBUCIONES EN PROGRAMAS

## Desafíos

- :: Educación, salud y nutrición orientada a públicos que requieren una alimentación específica.
- :: Instalación de los conceptos "compra consciente" y "consumo responsable".
- :: Profundización de alianzas entre empleados y comunidades cercanas desde el voluntariado corporativo.

# GESTION AMBIENTAL



El plan de Gestión Ambiental, establece los lineamientos básicos sobre:

- :: Consumo de agua
- :: Gestión de residuos
- :: Capacitación
- :: Educación
- :: Mejoramiento de las prácticas ambientales

Hoy se refuerza con auditorías integradas entre Seguridad, Calidad y Ambiente.

## Mediciones

Seguimiento y control mediante indicadores ambientales de los procesos:

- generación, separación y retiro de residuos sólidos;
- tasa de reciclado de residuos;
- control de efluentes líquidos (caudal y pH);
- control de emisiones gaseosas (análisis de gases de combustión de calderas);
- ingresos económicos por venta de residuos.

## Capacitaciones

Se realizaron capacitaciones a miembros de la empresa sobre uso eficiente del agua, manejo de residuos peligrosos, cambio climático, huella de carbono, gestión ambiental.

Con vistas a la certificación de la ISO 14001 se formó a los auditores internos ambientales.

## Gestión Ambiental

# ISO 14001

CERTIFICACIÓN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE

Se confeccionaron los procedimientos de nivel corporativo bajo lineamientos de la norma ISO 14001.

### → Procedimientos Sustentables

Actualización de instructivos sobre:

- :: Uso eficiente del agua
- :: Manejo de residuos
- :: Operación de planta de tratamiento de efluentes
- :: Retiro de residuos peligrosos

### → Agrolimpio

Programa destinado a gestionar correctamente los envases vacíos de agroquímicos para evitar que estén diseminados en las fincas debido a la alta toxicidad.

## Desafíos

- :: Disminuir el impacto ambiental producido por cada una de nuestras plantas.
- :: Concientizar acerca de la utilización sustentable de los recursos naturales.



**+ 40** años en el mercado

**2.035** Empleados

**8.431 tn** de hojalata para fabricar envases del Grupo Canale y de terceros

**6** Plantas en el país

**82 M kg** de producto elaborado comercializado

**+ USD 103 M** de dólares en ventas

**500 ha** irrigadas por reuso agrícola

**3** centros de distribución

**2.789** Beneficiarios directos de programas con la comunidad

**8.400** Beneficiarios indirectos

## :: MENSAJE DEL PRESIDENTE

Nuestra visión: "Ser una compañía de alimentos reconocida por su impacto positivo en la sociedad, a través de la satisfacción de las necesidades de alimentación sana de la población, el cuidado de los recursos naturales y la ética de negocios", ha probado ser una excelente guía de las tareas diarias y ha fortalecido nuestra relación como compañía con clientes, proveedores, empleados y la sociedad en general.

Como la actividad agro-industrial es muy intensiva y se caracteriza por un alto nivel de ocupación de personal y dispersión geográfica, nos obliga a un fuerte compromiso social con las comunidades en donde operamos.

En el 2011, la combinación de valores compartidos entre quienes conformamos el Grupo Canale, sumado a la calidad y performance de nuestros productos, han creado una sólida plataforma para obtener un crecimiento sustentable.

En el corto y mediano plazo, continuaremos consolidando negocios, buscando nuevas oportunidades de mercado y desarrollando productos que cubran necesidades genuinas de los consumidores.

Somos optimistas con nuestro desarrollo futuro.

Camilo E. Carballo

## :: MENSAJE DIRECTOR GENERAL

Ha transcurrido un nuevo año y sobre el cambio como eje, hemos impulsado nuestros negocios en un contexto exigente: la renegociación de pasivos, la mejora de procesos, la capacitación de nuestros recursos humanos y el desarrollo de productos; han sido manifestaciones concretas de esta transformación. Establecimos nuevos vínculos directos con consumidores y una nueva identidad corporativa con la convicción de reforzar la cadena de valor y nuestra sustentabilidad en el tiempo.

Consistentes con nuestra Misión y Visión como Empresa, afianzamos nuestro compromiso y continuamos en la búsqueda de oportunidades.

Walter Tojo

## :: MENSAJE RESP. SOCIAL EMPRESARIA

Este Reporte de Sustentabilidad, el 4to que publicamos, intenta ser una fotografía con foco en las mejoras de la gestión corporativa.

Podemos comunicar que, a través de la cadena de valor, afianzamos y profundizamos acciones sociales, ambientales y económicas.

Cada cliente, cada proveedor, los RRHH de la Empresa y la comunidad en conjunto, han potenciado las iniciativas del área de RSE

En el 2012 nos proponemos optimizar acciones para y con los diferentes públicos mediante: el intercambio entre pares, el trabajo en red y el análisis de experiencias.

En esta línea acompañamos los enormes desafíos que tenemos por delante, para seguir siendo una compañía argentina de alimentos con fuerte impronta regional.

Yolanda Zurbano

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

[www.canale.com.ar](http://www.canale.com.ar)  
[facebook.com/canalefanclub](https://facebook.com/canalefanclub)  
[twitter.com/canalefanclub](https://twitter.com/canalefanclub)

