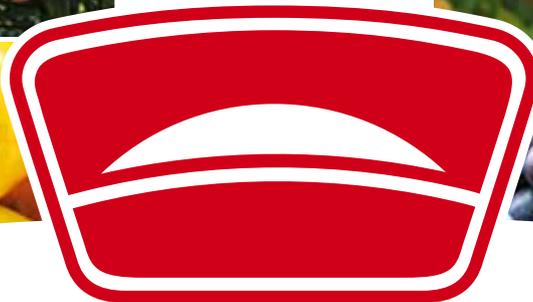
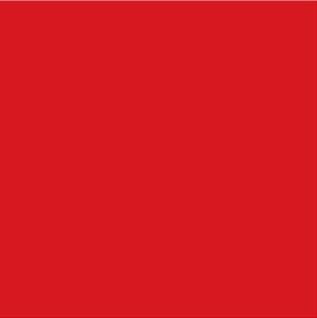
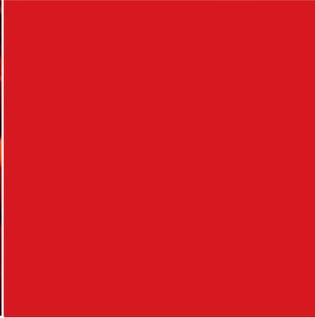




*Productos  
Reconocidos*



**GRUPO CANALE**

**REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2012**  
VERSIÓN RESUMIDA



## Visión

### VISION

Ser una compañía de Alimentos en constante crecimiento que genere impacto positivo en la sociedad, ofreciendo los mejores productos.

## Misión

### MISION

Ser referentes dentro de la industria, elaborando alimentos con estándares de calidad internacional y procesos sustentables.

## Valores

### VALORES

- **Innovación:** Innovar de forma constante en cuanto a productos y/o procesos para cumplir con las expectativas de los consumidores y particularidades de distintos grupos.
- **Calidad:** Asegurar la calidad de nuestros productos en todos los eslabones de la cadena de valor, optimizando la gestión de cada área involucrada.
- **Sustentabilidad:** Procurar que todos los procesos y gestiones de nuestro negocio alcancen los mejores resultados de manera sustentable.
- **Responsabilidad Social Empresaria:** Contribuir al desarrollo integral de las comunidades donde actuamos, fortaleciendo la Educación, la Cultura, la Erradicación del trabajo Infantil, la Salud y la Buena Alimentación.
- **Desarrollo Humano:** Otorgar a los empleados la posibilidad de crecimiento y capacitación apostando a la profesionalización de todo nuestro capital humano.

## Mensaje del Presidente

### MENSAJE DEL PRESIDENTE

*El año 2012 marca una serie de desafíos que para Grupo Canale constituyen un cambio cualitativo.*

*Estamos transitando una importante reestructuración, con los ajustes y esfuerzos que ello implica, lo que determina una nueva manera de posicionarnos como empresa de larga trayectoria en el mercado de productos alimenticios.*

*Con esa visión estamos retomando nuevas alianzas con los grupos de interés que conforman: clientes, proveedores, entidades financieras, organizaciones de gobierno y la comunidad. Entre nuestros propios colaboradores difundimos esta estrategia, con especial foco en la capacitación y la tarea en equipo. Consideramos a los consumidores, que distinguen nuestras productos, nuestros aliados naturales.*

*La versión resumida de este Reporte de Sustentabilidad expresa también los resultados sociales y ambientales en los que trabajamos con criterio de mejora continua.*

*Los invito a compartirlo.*

*Carmilo E. Carballo*

## Responsabilidad Social Empresaria

### MENSAJE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA:

*En este 5to Reporte seguimos ampliando los márgenes de compromiso que nos propusimos desde el inicio*

*Cada año, en los procesos sociales, ambientales y económicos, se formulan nuevas demandas que van impactando en la identidad de la empresa, como eslabón de la cadena de valor.*

*Los pasos dados en la convicción de ser sustentables, nos presentan retos permanentes y de creciente expansión.*

*Una vez más, la razón de este documento, es compartir la experiencia de trabajar con visión corporativa y gestión cooperativa.*

*Hacemos foco, tanto hacia los valores internos de Grupo Canale, en su identidad Nacional y Regional, como hacia el resto de la red de colectivos sociales, de la que somos parte.*

*Yolanda Zurbano*

## Mensaje Director General

### MENSAJE DIRECTOR GENERAL

*Cerramos otro ciclo profundizando nuestras convicciones en la gestión: con el desarrollo de nuevos productos, la búsqueda de nuevas tecnologías de envasamiento y la minimización del impacto ambiental como pilares.*

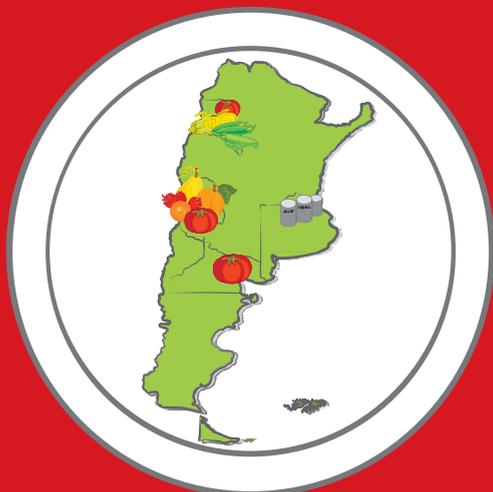
*Nuestras cuatro áreas de negocios afianzan sus lazos en la comunidad y los grupos de interés, sosteniendo una identidad socialmente responsable que nos caracteriza como Grupo Empresario.*

*Adaptarnos a las demandas de consumidores cada vez más exigentes es el desafío inmediato para sostener nuestro crecimiento, situación que enfrentamos con agrado y orgullo.*

*Walter Tojo*

## Nuestras fábricas en el país

NUESTRAS FÁBRICAS EN EL PAÍS



## Nuestros Productos

NUESTROS PRODUCTOS



Innovación:

### Mermeladas Boutique



Hechas con frutas de primera selección, más pulpa y menos cantidad de azúcar.

## Dimensiones

DIMENSIONES

### Historia

GRUPO CANALE. nace como un emprendimiento fruti-agrícola en Tupungato (Mendoza).

Líder en la producción de conservas de frutas y hortalizas, trabaja con los más altos estándares de calidad nacional e internacional tanto para sus marcas propias como para terceros.

Elabora con materias primas de fincas propias en sus seis plantas industriales, localizadas en las provincias de Mendoza (Tupungato, Tunuyán y Real del Padre), Catamarca (Sumalao), Río Negro (Lamarque) y Buenos Aires (Lavallol).

Su principal objetivo es la mejora continua de los procesos productivos y ambientales con nuevas tecnologías que permitan incrementar la calidad, optimizar la productividad, la eficiencia de sus plantas y el crecimiento en la gestión institucional, que hoy exige la visión de la empresa sustentable.

Para unificar las distintas marcas y plantas bajo una misma nomenclatura, la nueva denominación "Grupo Canale", con un logo único, identifica a todas las unidades del negocio.

<b>40</b>	años en el mercado.
<b>1.967</b>	Empleados.
<b>8.708</b>	Toneladas de hojalata para fabricar envases de Grupo Canale y de terceros.
<b>6</b>	Plantas distribuidas en distintas zonas del país.
<b>20</b>	países a los que exportamos.
<b>100.000.000</b>	Kilos de producto elaborado comercializado.
<b>550</b>	Millones de \$ en ventas.
<b>500</b>	Hectáreas irrigadas por reuso agrícola.
<b>3</b>	Centros de distribución.
<b>3.625</b>	Beneficiarios directos de programas con la comunidad.
<b>10.920</b>	Beneficiarios indirectos.

## Comunicación Interna

Mantenemos informados a nuestros empleados a través de mails institucionales, carteleras, newsletters y un buzón de sugerencias.

## Encuestas

Realizamos encuestas para conocer la percepción y conocimiento del personal sobre el área y los programas de Responsabilidad Social Corporativa.

## Beneficios

- Comedor en plantas.
- Fiesta fin de año con premios.
- Entrega de productos en Central y venta en plantas a precio de costo.
- Promociones mensuales y planes de financiación en tienda electrónica por ser empleado de Grupo Canale.

Festejamos los cumpleaños, días patrios y momentos importantes (casamientos, nacimientos, graduaciones y jubilaciones).

## Selección, la promoción interna como prioridad:

Para incorporar personal a nuestra empresa, primero evaluamos la posibilidad de una búsqueda entre los rrhh que pueden ser promovidos. Luego recurrimos a la base de datos que llegan a través de la página institucional y realizamos publicaciones en internet y foros de RRHH.

## Seguridad, Higiene y Ambiente.

El área de Seguridad e Higiene tiene como misión el trabajo seguro, evitando impactos y pérdidas accidentales de riesgo para personas, equipos, infraestructuras y marcas de la empresa. Este año se fusionó con el área "Ambiente" en pos de objetivos comunes.

## Voluntariado "Frutos del Corazón"

Horas de Voluntariado: 300

El voluntariado corporativo potencia e incentiva a los empleados estrechando lazos internos y refuerza la cultura de la empresa a través de acciones directas en las comunidades de cercanía. Ej:

- Donación de Ropa
- Día del niño
- Cajas de Navidad
- Maratón

## Campaña de Prevención Vial

En 7 temporadas se entregaron ojos de gato a empleados que circulan en bicicleta desde y hacia su trabajo, con folletería de apoyo a quienes viajan en auto, moto y bici.

El programa fue extendido a proveedores con folletos a camiones que entran en las plantas junto con bolsas ecológicas para la palanca de cambios.

## Desafíos del área

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



Día del niño



Campaña prevención vial



**Salud**

**Empresa Libre de Humo**

A partir de encuestas dirigidas al personal de las plantas designamos espacios específicos para fumadores, y material sobre los efectos del cigarrillo. A mediano plazo apuntamos a erradicar los espacios para fumadores, con capacitaciones de apoyo.

**Campaña Salud**

Se reforzó la entrega de material y se colocaron afiches sobre: buena alimentación, desórdenes y enfermedades alimenticias, efectos del cigarrillo, lumbalgia, gripe, cáncer de mama, etc.

**Capacitación**

Conscientes de nuestro rol respecto al desarrollo profesional e individual del personal, capacitamos en forma continua según los requerimientos técnicos, ambientales o de nuevos desarrollo de productos.

**Inducción RSE :** A cada nuevo ingreso se le da una inducción, involucrándolo en las diferentes actividades y procedimientos sustentables y alentando su participación en la optimización de nuestra cadena de valor, desde la relación con el grupo de interés correspondiente.

**Terminalidad escolar primaria y secundaria.**

Por quinto año consecutivo impulsamos dicho programa, destinado a facilitar a los empleados la culminación de su ciclo educativo.

**Capacitación profesional.**

Continuamos con nuestro programa anual tendiente a perfeccionar a cada uno en su puesto, elevando los estándares de trabajo y cumplimiento normativo. Fomentando capacitadores internos y actualizando los cursos y manuales de procedimiento.



*Afiches campaña de salud*



*Capacitaciones*

**TOTAL HS. Capacitación:**  
**8.869,25**

**TOTAL Empleados:**  
**1.967**

**Lamarque**

**Catamarca**

**Lavallol**

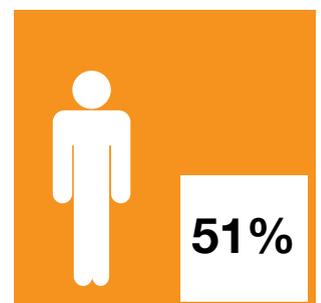
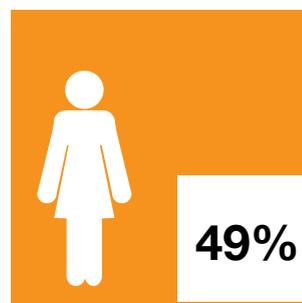
**Central**

**Tupungato**

**Tunuyán**

**Real del Padre**

**Promedio por Género:**



*Nº de empleados temporarios y permanentes.*

### Complementación Institucional

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

Trabajamos con :

- Más de 120 escuelas, organismos públicos de educación, medio ambiente, salud, desarrollo local, trabajo y cultura.
- Municipalidades y delegaciones vecinales de Real del Padre, Valle de Uco (Mendoza), y Valle Viejo (Catamarca).
- Alianzas con empresas de cercanía territorial o de producción.
- Cooperativas: Cooperativa Rural de Servicios Públicos y Vivienda Real del Padre y Cooperativa Eléctrica CECSAGAL.
- Donamos productos a 48 ONG'S de manera directa además de colaboraciones de gran volumen con la Fundación Banco de Alimentos y el Banco de Alimentos de Valle de Uco que trabajan con más de 500 organizaciones.

### Salud y Nutrición : Maratón

La maratón "Uniendo Caminos" se realiza desde el año 2005. La organización estuvo a cargo de voluntarios de la empresa, personal y estudiantes de la Escuela Camilo Carballo.



Maratón

Resultados:

- 800 inscriptos.
- Recaudamos 125 kilos de tapitas de plástico para el Hospital "Dr. Humberto Notti".
- 43.2 Kg de leche en polvo para el Banco de Alimentos de Valle de Uco.
- 26 empresas clientes y proveedores de la zona colaboraron con la iniciativa.

### Desafíos

- Educación, ambiente, salud y nutrición orientada a públicos que requieren una alimentación específica.
- Instalación de los conceptos "compra consciente" y "consumo responsable" orientado a la satisfacción del cliente.
- Profundización de alianzas entre empleados y comunidades cercanas.

## EDUCACIÓN

### Buen Apetito II

Realizamos la segunda publicación de "Buen Apetito, Salud para Todos", iniciado hace cuatro años para trabajar con escuelas y comedores de cercanía a las plantas. Se incluyeron temas como el cuidado del medio ambiente, seguridad vial, los derechos del niño y el deporte. Culminó con un concurso de recetas, incluidas en el calendario 2013. Por invitación de COPAL participamos en Tecnópolis, adaptando Buen Apetito a la modalidad de Cuenta-Cuentos.



Buen Apetito

### Inversión en Cifras

Total Contribución en \$ Programas **\$ 478.400**

### Donaciones en Alimentos

En peso (kg) **56.670**

Unidades **150.120**

En \$ **\$ 318.920**

### Camino de encuentro

Profesionales de la empresa comparten experiencia y tiempo para dar talleres a alumnos de la Escuela Secundaria Agropecuaria Camilo Carballo.

Las temáticas están relacionadas con la actividad industrial de la zona y la preparación para la inserción laboral como por ej: topografía agrícola, calidad agro-alimentaria y armado del curriculum vitae.

Incluimos el taller de RSE, con nociones básicas de sustentabilidad, y la aplicación de programas y acciones directas.

Se culminará este ciclo de talleres con pasantías en las plantas de Tunuyán y Tupungato.

### Erradicación del trabajo infantil

Red de Empresas Contra el Trabajo Infantil: participamos en las reuniones de la Conaeti y difundimos a través de cartelería, folletería, radio y medios locales los Derechos del Niño.

### "Educar en vendimia":

consiste en una colonia de verano para hijos del personal de fincas. Incluye comidas y actividades recreativas. Participamos de la primera carrera por la Erradicación del Trabajo infantil que tuvo como objetivo generar conciencia sobre la problemática.



Educar en vendimia

### Promoción cultural PRUNUS "Entre Tapas"

Desde el 2006 los artistas realizan obras de arte en distintos materiales reciclables: hojalata, papel, cartón y tapas de mermeladas (en 2012); para desarrollar una versión de los nuevas técnicas de innovación con materiales de la industria. Se expuso en el Espacio Killka de Bodegas Salentein para público en general.



Obras de arte



## SiemprECONscientes

Prevención y difusión ambiental para docentes de escuelas cercanas a las plantas.

Se instalan tachos para reciclaje haciendo foco en la separación de residuos en su origen.

### EcoBolsas

Para comunicar nuestras acciones de RSE, las utilizan colaboradores de todas las áreas, motivando a los distintos públicos de interés, desde diferentes gestiones.



## Gestión Ambiental

### Desafíos

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

### ISO 14001

Se continuaron los procedimientos bajo lineamientos de la norma ISO 14001.

### Procedimientos Sustentables

Actualización de instructivos operativos sobre:



Uso eficiente del agua



Manejo de residuos



Operación de planta de tratamiento de efluentes



Retiro de residuos peligrosos

### Agrolimpio

Reutilización de los envases de agroquímicos para hacer pellets que son vendidos y la recaudación donada al Hospital Notti.

### Separación de residuos

Colocación de botelleros y tachos de colores en diferentes espacios públicos como el Manzano.

### Cumplimiento legal

Se avanzó en la gestión de residuos patológicos: control de salida y disposición final, cumpliendo los convenios firmados con DGI (Departamento General de Irrigación) de efluentes líquidos y con el proceso de reinscripción anual de los establecimientos como Generadores de Residuos Peligrosos

### Mediciones

Seguimiento y control mediante indicadores ambientales de los procesos:

- a) Generación, separación y retiro de residuos sólidos;
- b) Tasa de reciclado de residuos;
- c) Control de efluentes líquidos (caudal y pH);
- d) Control de emisiones gaseosas;
- e) Ingresos económicos por venta de residuos con valor comercial.

### Capacitaciones

A miembros de la empresa sobre uso eficiente del agua, manejo de residuos peligrosos, cambio climático, huella de carbono y gestión ambiental. Para certificación de la Iso 14001 se formó a auditores internos ambientales.



Ecobolsas



## PROVEEDORES

### Compromisos

- Oportunidad de ofertar libremente los materiales e insumos cumpliendo las normativas nacionales e internacionales.
- Sumar esfuerzos para alcanzar los niveles de calidad pautados.

### Selección y Evaluación

Al seleccionar a los proveedores nos aseguramos que contemplen los criterios y exigencias relativas al cumplimiento de la legislación laboral, seguridad social y fiscal y que sus operaciones garanticen el respeto a los derechos del menor y el medio ambiente.

Cantidad de Proveedores: **800**

## CLIENTES

### Compromisos

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

### Política de Comunicación Comercial

Al comunicar lo hacemos con respeto a los derechos del consumidor. Buscamos la mejora constante de nuestros productos para clientes y consumidores.

Motivamos posturas responsables en relación a la comunicación de gestiones y productos.

## TIPOLOGÍA

- 5 CADENAS DE SUPERMERCADOS / HIPERMERCADOS
- 64 CADENAS REGIONALES
- 68 PEQUEÑAS CADENAS DE AUTOSERVICIOS
- 5 CADENAS MAYORISTAS
- 114 MAYORISTAS
- 207 DISTRIBUIDORES

**463** Clientes totales

### Certificaciones de Calidad

HACCP - BRC - KOSHER - Sin T.A.C.C

## CONSUMIDORES

### Compromisos

- Producir con materias primas de calidad.
- Utilizar materias inocuas para el ambiente en el proceso de cosecha y producción.
- Reconocer los perfiles particulares como: celiaquía, hipertensión, obesidad, grupos étnicos y religiosos.

### Excelencia en la atención

Los reclamos son manejados como indicadores de calidad, para la mejora continua de los procesos y la calidad de los productos y servicios.

Nuestra línea de Atención al Consumidor (0800) atiende reclamos, consultas y sugerencias brindando información clara y precisa.

### Veracidad en la comunicación

En un encuadre de verdad y transparencia, no se modifican ni alteran aspectos de la realidad del producto y/o empresa. Para adaptarnos a las modalidades del público más joven, iniciamos el proceso de actualización de las páginas web e inclusión de redes sociales como Facebook y Twitter.

### Compromiso con la Salud

Nos comprometemos a 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 compra consciente y consumo responsable, profundizando la información de los consumidores.

Las normas de seguridad alimentaria implementadas y certificadas son de reconocimiento internacional por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI). No se registran procesos judiciales o administrativos por el no cumplimiento de las leyes nacionales o internacionales relacionados con la calidad, legalidad, inocuidad y seguridad de los productos alimenticios.

### CAMPAÑA PARA DIETAS ESPECIALES

- Los productos Alco y Canale son en su mayoría aptos para celíacos.

- Contamos con recetarios online para quienes llevan este tipo de dieta.

- Trabajamos fuertemente en alianza con La Asociación de Celíacos de Catamarca.

- Entregamos productos sin T.A.C.C. en eventos para celíacos.

- Difundimos información sobre celiaquismo, síntomas y cuidados especiales.

- Participamos en ExpoCelíaca. ( 15.000 personas de Argentina y el Mercosur), con folletos sobre celiaquía y nuestros productos certificados sin T.A.C.C.



### Difusión:

- Radio: Más de 200 hs totales de Spots por año.
- Mailing: 800 contactos.
- Newsletter durante todo el año.

### Premios

El programa "Buen Apetito, Salud para todos" fue galardonado por ArgenINTA con el primer premio a la Calidad Agroalimentaria, entre las empresas que promueven hábitos saludables, innovación y sustentabilidad agroalimentaria.



Entrega 1º premio ArgenINTA