

Trabajo Fin de Máster

Responsabilidad Social Corporativa, análisis y simulaciones de Nestlé

Autor/es

Esmeralda Triguero Lázaro

Director/es

Luis Ferruz Agudo

Facultad Economía y Empresa
2016

MÁSTER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

Autor: Esmeralda Triguero Lázaro

Director: Luis Ferruz Agudo

Título: Responsabilidad Social Corporativa, análisis y simulaciones de Nestlé

Titulación: Máster en Contabilidad y Finanzas

Resumen: Nestlé desde hace años se preocupa tanto por su economía como por la sociedad y el medio ambiente, ya que para ser sostenible tiene que prestar atención a esas tres partes que forman la triple bottom line. Además, dedica parte de su dinero a investigar temas muy importantes como son la producción y utilización de recursos de manera eficiente y la vida saludable para todas las personas. Por ello, realiza una serie de estudios a través de profesionales sobre cómo influyen los alimentos en las personas para así aplicar mejoras en sus productos.

Esta empresa publica anualmente memorias de sostenibilidad, lo que la convierte en una marca fiable, respetuosa y comprometida con sus grupos de interés, ya que no solo le preocupan sus beneficios. Esto implica que Nestlé tenga unos buenos indicadores financieros, ya que los clientes confían en ella.

Abstract: For years, Nestle has cared both for its economy, the society and environment, three parts which form the triple bottom line and crucial aspects to pay attention to in order to be a sustainable company. In addition, Nestle spends part of his money to investigate important topics as production and the efficient use of resources and the healthy lifestyle of the population. Therefore, the firm conducts a series of studies performed by professionals into how food affects people in order to implement improvements in its products.

This company publishes annual sustainability reports, which makes it a reliable, environmentally friendly and committed to its interest groups, since the enterprise is not only concerned about profits. This means that Nestle has good financial indicators, as customers rely on it.

ÍNDICE

1) Introducción	4
2) El origen de Nestlé y su situación en el sector	5
3) Análisis financiero de Nestlé y comparación con Danone	11
3.1) Indicadores importantes para la actividad	11
3.2) Cifras consolidadas	23
3.3) Ratios	25
4) Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	28
4.1) Principios corporativos de Nestlé	33
4.2) Creación del Valor Corporativo	34
4.3) Triple Bottom Line	37
4.3.1) Nestlé y la economía	37
4.3.2) Nestlé y la sociedad	40
4.3.3) Nestlé y el medio ambiente	44
5) Simulación	46
6) Conclusiones	49
7) Bibliografía	50
8) Anexo	52
Anexo 1	52
Anexo 2	53
Anexo 3	55

1) INTRODUCCIÓN

La preocupación actual por respetar el medioambiente y construir una sociedad más sostenible está poniendo en duda la solvencia del que se creía consolidado modelo de gestión empresarial basado en la maximización del valor para el accionista por eso, las empresas están cambiando sus modelos de gestión¹. Además, cada vez aumenta más la presión social hacia un comportamiento más responsable de las empresas debido a los malos comportamientos de algunas grandes corporaciones, ya que carecen de transparencia y ética. Así, con el paso del tiempo, el mercado valora positivamente la buena reputación y el buen gobierno. Y con la práctica, se ha observado como las empresas socialmente responsables incrementan sus beneficios a largo plazo. Por tanto, este trabajo trata de reflejar lo importante que es para la sociedad que las empresas se preocupen por las personas y por el medio ambiente, y no solo por su situación económica e las empresas. Así, invierten para ser más sostenibles e informar continuamente a los stakeholders, ya sea a través de memorias de sostenibilidad o de otras formas.

Para entender mejor la mencionada memoria de sostenibilidad o la Responsabilidad Social Corporativa, he decir que son unos informes voluntarios que comunican a los grupos de interés tanto los compromisos de la organización respecto al desarrollo sostenible como sus logros, detallando los resultados en los ámbitos que componen la Triple Bottom Line, concepto que desarrollaré después. Además, los objetivos que se persiguen en la memoria de sostenibilidad son tres:

- Informativos: informan a los grupos de interés los resultados de la triple bottom line.
- Introducir sistemas de gestión avanzados y sostenibles.
- Mejorar la imagen de la organización mediante la difusión de las prácticas sobre responsabilidad social.

Y estos objetivos llevan a cabo la función de creación del valor añadido.

¹ Véase marco conceptual de la RSC.

Una definición más exacta de responsabilidad social corporativa es el compromiso voluntario de las empresas u organizaciones con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa².

En este caso, para analizar todos estos conceptos mencionados, nos vamos a centrar en el grupo Nestlé, ya que es un referente en este tema desde hace bastante años, porque aunque parezca que esta preocupación por el medio ambiente y las personas está surgiendo en este momento, eso no es así como mostraré en los siguientes apartados.

A continuación, realizaré un breve análisis del sector en el que se encuentra Nestlé y de la situación en la que se encuentra esta empresa. Después comentaré las medidas que está llevando a cabo y que ha realizado este grupo en cada parte que compone la triple bottom line, es decir, actividades que está promocionando Nestlé en cuanto a la economía, sociedad y medio ambiente se refiere.

Es importante comentar su Responsabilidad Social Corporativa y sus principios corporativos, ya que son muy importantes para mantener informados a sus clientes y a sus inversores.

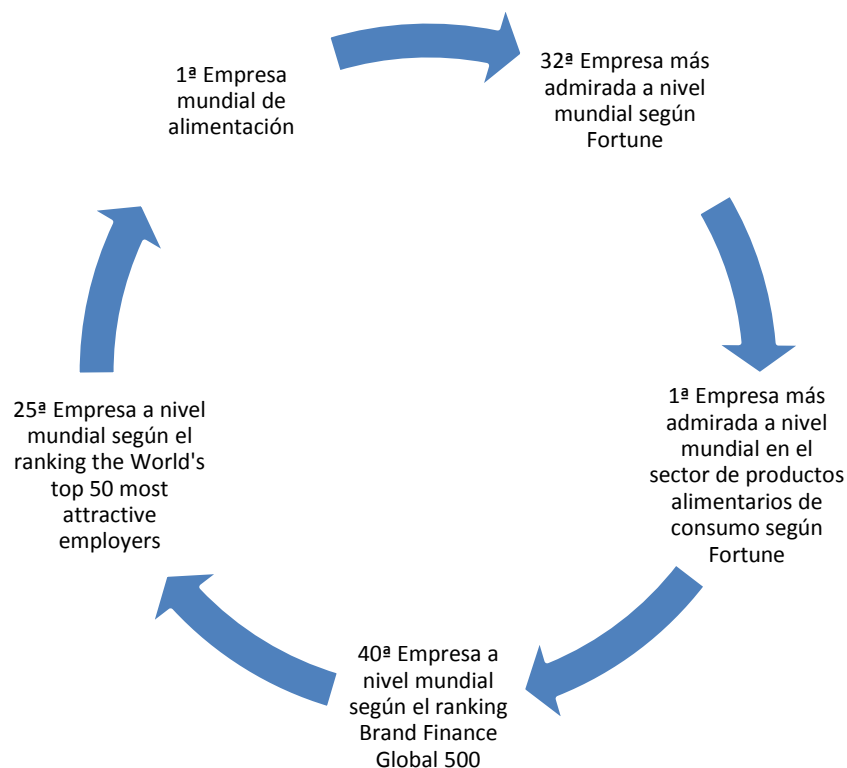
Por último, teniendo en cuenta las cifras de esta empresa mostraré unas previsiones para observar si sigue continuando como una empresa líder en su sector obteniendo una serie de conclusiones.

2. EL ORIGEN DE NESTLÉ Y SU SITUACIÓN EN EL SECTOR

Antes de comenzar con el origen de Nestlé vamos a ver en qué posición se encuentra a nivel mundial a través del siguiente gráfico.

² Véase documento AECA “Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa” – 2004, pfo 17).

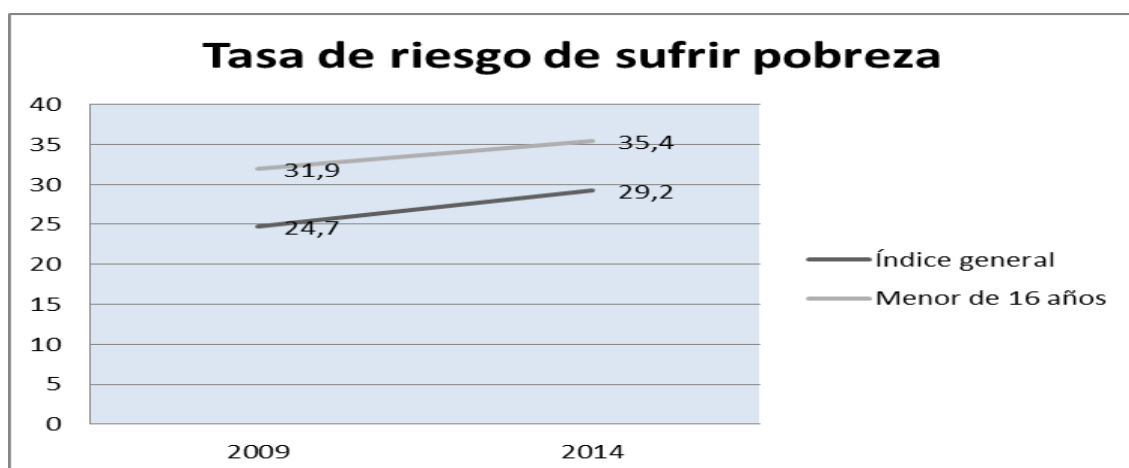
Gráfico 2.1: Posición a nivel mundial



Fuente: véase www.nestle.es y elaboración propia

Nestlé es una de las empresas líderes del sector alimentario en España debido entre otras causas a su buena reputación, aunque los últimos años no han sido los mejores por la crisis y la mala situación económica por la que han pasado todos los países, un ejemplo de ello es el siguiente gráfico:

Gráfico 2.2: tasa de riesgo de sufrir pobreza o exclusión en España



Fuente: datos obtenidos de Eurostat y el país y elaboración propia

Esta tasa es usada por Eurostat para medir el peso de las personas menos favorecidas en una sociedad e incluye la carencia material, el desempleo o el riesgo de pobreza. Esta tasa ha aumentado si comparamos la del año 2009 con la del 2014 y aunque este gráfico se base en España es similar para el resto de Europa y para muchos de los países del resto del mundo. Por lo tanto, este gráfico refleja la situación de crisis económica vivida.

Pero a pesar de esta situación, Nestlé destaca por:

- Valor funcional de la oferta comercial: calidad, innovación y relación calidad/precio.
- Valor emocional de la oferta comercial: empatía y ética.
- Responsabilidad corporativa: calidad laboral, compromiso ecológico y compromiso social.
- Confianza empresarial: inversión y trayectoria.

Imagen 2.1: Centros de producción en España:



Fuente: www.empresa.nestle.es

Origen de la empresa

Nestlé es una empresa Suiza creada por Henri Nestlé al que siempre le ha preocupado la alta mortalidad infantil y por eso, en 1866 creó la harina lacteada. Así es como Nestlé empezó a crear una empresa que en el futuro se convertiría en una empresa líder.

Personas que destacan en la compañía:



Henri Nestlé



Laurent Dereux: Director General

En 1868 se incorporó al mercado internacional y en 1875 transfirió la fábrica, la patente del producto y el nombre a Jules Monnerat, Pierre-Samuel Roussy y Gustave Marquis.

Algunos de los hechos destacados en los últimos años son:

- En 2010 se presentó la primera televisión online en España, creada por una empresa de alimentación y bebidas llamada Nestlé TV.
- En 2012 se incorpora en el negocio del regalo personalizado con "Díselo con chocolate", una iniciativa pionera en España, enmarcada en el plan de desarrollo de nuevos modelos de negocio.

Algunas de las estrategias de ventas para destacar ante la competencia son:

- Promoción: en lo que a esta variable refiere, podemos dos maneras diferentes de promoción:
 - La promoción al establecimiento: pastelería, panadería,...
 - La promoción al cliente o consumidor final que es la que más le interesa, como descuentos promocionales.
- Diferenciación e innovación: es muy importante para Nestlé tratar de crear productos atractivos para atraer al consumidor. Además, se están consiguiendo productos más sofisticados, dirigidos a toda la población.
- Publicidad.

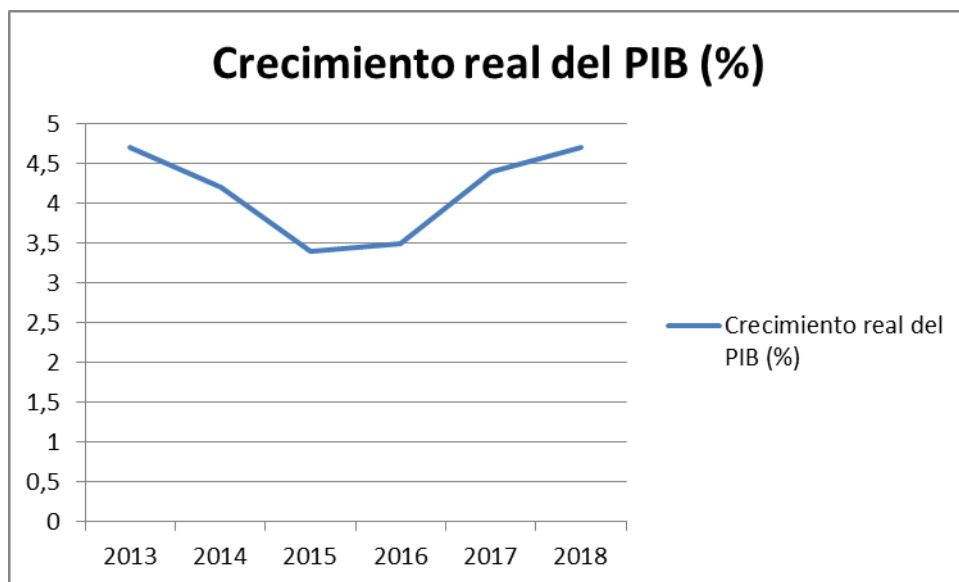
Cree que los expositores de venta son muy importantes para destacar sus productos sobre los competidores y así conseguir centrar la atención de sus clientes, por eso dedica un gran esfuerzo al diseño de esos expositores.

Una estrategia que ha seguido Nestlé ha sido crear productos alimenticios que sirvan para todas las personas, desde los alimentos lácteos para los más pequeños a los cafés para los adultos. Pero además, se ha incorporado en el mundo de los animales poniendo a disposición de sus clientes comida para mascotas.

La compañía sabe que se encuentra en una situación difícil ya que sus principales rivales están incrementando sus ventas, como veremos en algunas tablas a lo largo del trabajo. Y además, se están desacelerando los mercados emergentes como es el caso de

Asia aunque la previsión es positiva. Esto lo podemos comprobar con el siguiente gráfico.

Gráfico 2.3: Crecimiento real del PIB (en %) de mercados emergentes y economías en desarrollo



Fuente: datos obtenidos de Banco Mundial y elaboración propia.

Su exposición a mercados emergentes lo ha ayudado a superar el desempeño de rivales como Danone y Procter & Gamble, que dependen más de las debilitadas economías desarrolladas. Y debido a esa creciente internacionalización, se encuentra distribuida en tres áreas geográficas diferenciadas:

- Emena (Europa, Oriente Medio y Norte de África)
- Américas
- Y Asia, incluyendo Oceanía y África.

La mayor red privada mundial de Investigación y desarrollo

Nestlé destaca, entre otras cosas, por disponer de la mayor red privada mundial de I+D dedicada a la nutrición, con 34 centros de investigación distribuidos por todo el mundo en los que trabajan 5.000 personas. El Centro de Investigación Nestlé de Vers-chez-les-Blanc, cerca de Lausanne (Suiza) tiene por objetivo la investigación de los beneficios que la alimentación tiene para la salud con el fin de aplicarlos a los productos Nestlé. Sus líneas de investigación más importantes son el crecimiento y el desarrollo, la

digestión óptima, el control de peso y la protección ante enfermedades. Además, Nestlé Research cuenta con cinco redes de expertos mundiales.

3. ANÁLISIS FINANCIERO DE NESTLÉ Y COMPARACIÓN CON DANONE

3.1) INDICADORES IMPORTANTES PARA LA ACTIVIDAD

Con una cifra de negocios de 2.102 millones de euros en 2014, Nestlé es líder del sector alimentario en España y en 2014, sus exportaciones llegaron a 62 países aunque Europa absorbió el 81% del total de las exportaciones a otros mercados, seguida de América, África y Oriente Medio³.

Las exportaciones de Nestlé España en 2014 fueron de 561 millones de euros, mejorando la cifra del año anterior.

Tabla 3.1.1: Evolución del balance de Nestlé

a 31/12	2011	2012	2013	2014
Total Act. Corrientes	33324	34020	30066	33961
Efectivo e inv. A c/p	7988	9296	7053	8881
Tesorería	3591	3499	4524	3528
Efectivo y equivalentes	1347	2214	1891	3920
Invers. A c/p	3050	3583	638	1433
Deudores comerc. Y otras cuentas corrientes a cobrar	14434	14020	13357	14367
Deudores comerc. Y otras cuentas a cobrar	9541	9539	9367	10283
Existencias	9255	8939	8382	9172
Pagos por adelantado	900	821	762	565
Otros activos corrientes	747	944	512	976
Total Activos	114091	125877	120442	133450
Propiedad, planta y equipo- Neto	23971	26576	26895	28421
Propiedad, planta y equipo- Bruto	49270	52315	53118	56106
Amortización acumulada	-25299	-25739	-26233	-27685
Fondo de comercio	29008	32688	31039	34557
Inmovil. Intangible- Neto	9356	13018	12673	19800
Inversiones a l/p	15790	16565	16865	14142

³ Véase <http://www.empresa.nestle.es>

Otros activos no corrientes	39	27	124	128
Activos fiscales diferidos	2603	2983	2780	2441
Otros activos	-	-	-	-
Total Pasivo Corriente	35232	38597	32917	32895
Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar	-	-	-	-
A pagar/acumulado	13584	14627	16072	17437
Gastos acumulados	2909	3078	3185	3759
Instrumentos financ. Derivados	-	-	-	5573
Deudas con entidades de crédito y oblig. U otros valores negociables	16100	18408	11380	3237
Otros pasivos corrientes	2639	2484	2280	2889
Total Pasivo	57294	64870	57867	63320
SalDOS con entidades de crédito y otros pasivos financieros	6207	9008	10363	12396
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros no corrien	6207	9008	10363	12207
Arrendamiento financiero	-	-	-	189
Total deuda financiera	22307	27416	21743	21206
Pasivos por impuesto diferido	2060	2240	2643	3191
Intereses minoritarios	1477	1657	1564	1754
Otros pasivos no corrientes	12318	13368	10380	13084
Patrimonio neto	56797	61007	62575	70130
Total de acciones preferentes	-	-	-	-
Fondo de comercio	-	-	-	-
Capital	330	322	322	322
Prima de emisión	-	-	-	-
Reservas (pª) acumuladas	80116	80687	85260	90981
Acciones propias en cartera	-6722	-2078	-2196	-3918
ESOP Acciones a empleados	-	-	-	-
Ganancias (pª) acumuladas	-	-	-	-
Diferencias de conversión	-16927	-17924	-20811	-17255
Total pasivo y patrimonio neto	114091	125877	120442	133450
Acciones comunes en circulación	3172	3188,56	3189,58	3168,42
Acciones preferidas en circulación	-	-	-	-

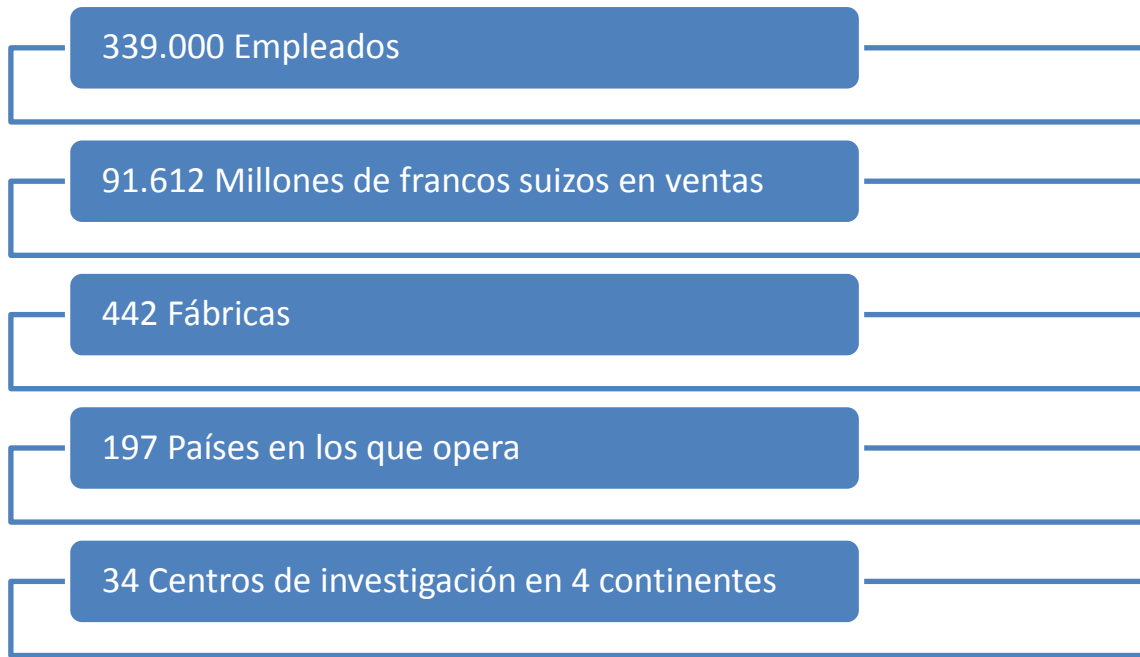
En millones de CHM (excepto para ítems por acción)

Fuente: <http://es.investing.com/equities/nestle-ag-balance-sheet>

Un resumen de este balance es que los activos han ido aumentando conforme pasa el tiempo pero hay que considerar que la suma del total pasivo más patrimonio neto también han incrementado en conjunto.

Un dato que llama la atención es el de deudas con entidades de crédito y obligaciones u otros valores negociables que se ha pasado de estar en 16100 en 2011 a estar en torno a 3000 en 2014.

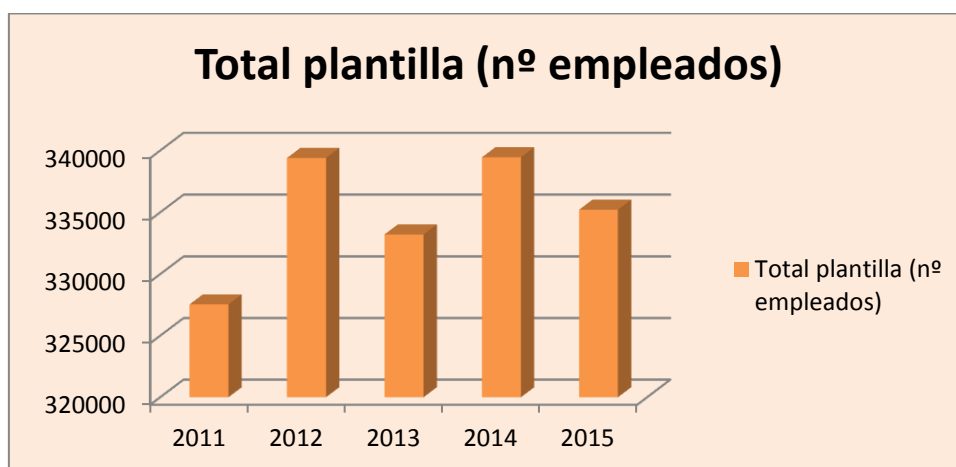
Esquema 3.1.1: Cifras de Nestlé en 2014



Fuente: datos obtenidos de www.empresa.nestle.es

En el esquema anterior se menciona el número de empleados que tuvo la compañía en el año 2014 pero a continuación podremos observar cómo ha sido su comportamiento ya que el dato de un año solo no refleja la evolución. Y además, también veremos cómo ha sido la contratación, la rotación y el número de horas destinadas a formar a los trabajadores.

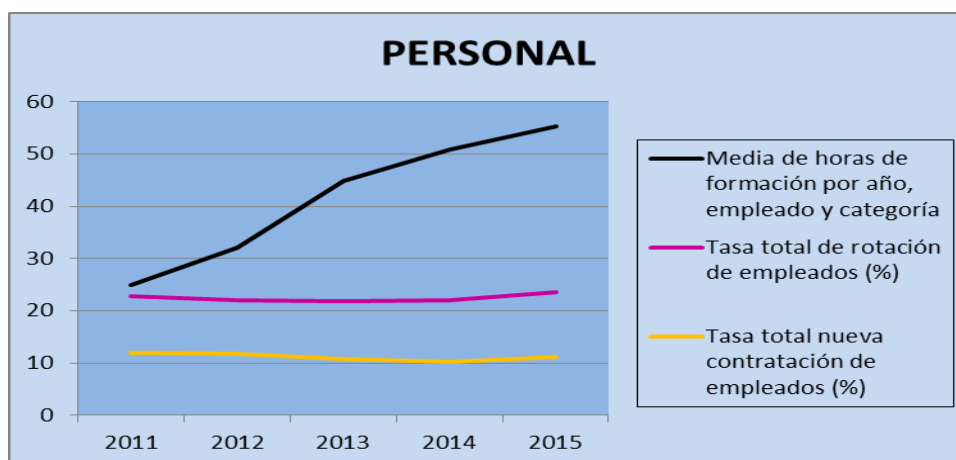
Gráfico 3.1.1: Total plantilla de Nestlé (en número de empleados)



Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia.

Observamos como en los últimos cinco años el número de empleados ha ido aumentando un año y ha descendido al siguiente, y así sucesivamente. Pero, hay que destacar que esa disminución es cada año menor. Y además, la tasa total de nueva contratación del 2015 es similar a la de 2011, como se muestra en el siguiente gráfico. Y la tasa total de rotación se ha incrementado ligeramente si la comparamos con la media de horas de formación por año que ha aumentado considerablemente, ya que una de las preocupaciones de esta compañía es tener a su personal formado.

Gráfico 3.1.2: Evolución del personal



Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia.

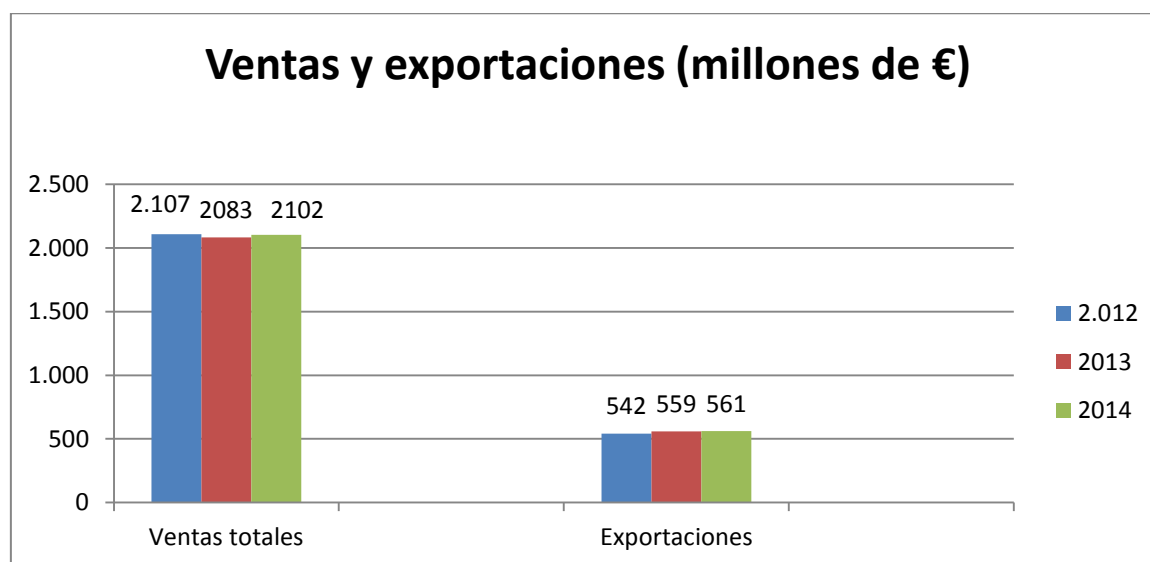
Uno de sus objetivos es apoyar en los padres para que críen a sus hijos más sanos por ello, les proporciona toda la información necesaria para que los niños sigan unos hábitos saludables, tanto en la alimentación como en el deporte.

Cada vez la innovación es mayor permitiendo mejorar la calidad de vida de las personas con nuevas ideas, productos y soluciones. Y como prueba de ello algunas de las innovaciones que han surgido por diferentes partes del mundo son:

- Fideos Premium diseñados para el crecimiento de las poblaciones urbanas en el sudeste de Asia.
- Robots humanoides usados para vender en Japón productos de café que tiene la compañía.

En 2004 las ventas alcanzaron los 2.102 millones de euros, con un crecimiento del 0,9% en relación con el 2003 debido a la innovación, que junto con la investigación y el desarrollo (I+D) es una de sus ventajas competitivas. Ese aumento de las ventas lo podemos comprobar en el siguiente gráfico si comparamos el año 2013 con el 2014, aunque algunos años no se incrementan sino que se mantienen.

Gráfico 3.1.3: Ventas y exportaciones de Nestlé en millones de euros



Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia.

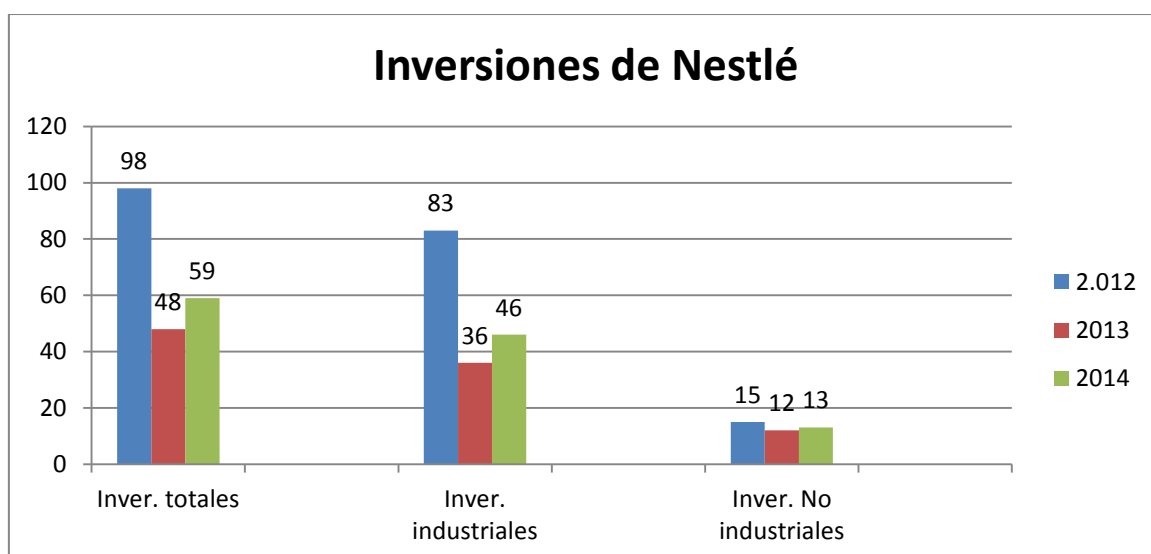
Tabla 3.1.2: Ventas de Danone a finales de 2015 (en billones de euros)

Año	Ventas de Danone (en billones de €)
2002	13,4
2003	13,1
2004	13,7
2005	13,0
2006	12,1
2007	12,8
2008	16,2
2009	16,0
2010	17,0
2011	19,3
2012	20,9
2013	21,3
2014	21,1
2015	22,4

Fuente: datos obtenidos de ecobook y elaboración propia.

Las ventas de Danone, expresadas en billones de euros, han ido aumentando a lo largo del tiempo como aparece en esta tabla que comprende el periodo estudiado que va desde el año 2002 al 2015, pasando de 13,4 billones en el año 2002 a 22,4 billones en el 2015. Esto demuestra que aun estando en una etapa de crisis, Danone ha conseguido incrementar sus ventas.

Gráfico 3.1.4: Inversiones de Nestlé en millones de euros



Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia.

Entonces, con estos dos gráficos concluimos que las exportaciones han ido aumentando porque han llegado a 62 países pero en el caso de las inversiones ha ocurrido lo contrario, debido a la mala situación económica de los países han causado que, en general, se dedique una partida menor a las inversiones.

Con la información financiera disponible se observa como ha sido el PER (precio sobre beneficios), P/BV (Price over Book Value) y P/CF (Price over cash-flows) en diciembre de 2015 para Nestlé, para la media de Suiza, para el sector de bienes de consumo y los productos de alimentos.

Tabla 3.1.3: Principales índices de Nestlé (a 31-12-2015)

	PER	P/BV	P/CF
Nestlé	24.10	3.60	15.80
Suiza	19.79	3.89	14.92
Bienes de consumo	21.07	4.06	15.18
Productores de alimentos	24.69	3.52	15.26

Fuente: datos obtenidos de enciclopediafinanciera.com y elaboración propia.

Un PER alto puede reflejar dos cosas, una es que las expectativas del valor son favorables, y la otra que el precio de la acción está sobrevalorado y su cotización no puede seguir aumentando.

En esta tabla aparece un PER de Nestlé igual a 16,20, el cual se considera como adecuado para la mayoría de las empresas. Sin embargo, los demás casos estudiados obtienen un PER mayor porque pueden estar sobrevaloradas.

Si tenemos en cuenta el siguiente gráfico de rentabilidad por dividendo, observamos como Nestlé con un 2,88% tiene una cifra superior a la media del mercado, a la de las empresas de Suiza, a los bienes de consumo y a la del subsector productores de alimentos.

Tabla 3.1.4: Principales índices de Danone (a 31-12-2015)

	PER	P/BV	P/CF
Danone	28,50	3,10	16,30
Francia	16,54	2,36	12,58
Bienes de consumo	21,07	4,06	15,18
Prod. de alimentos	24,69	3,52	15,26

Fuente: datos obtenidos de www.encyclopediafinanciera.com/analisis-de/danone.html y elaboración propia.

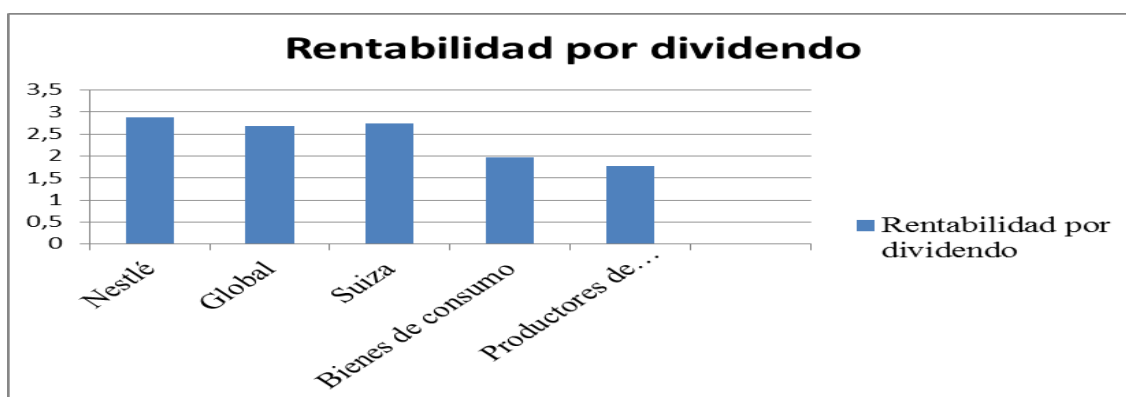
Danone tiene un mayor PER que el resto aunque cercano al PER de la producción de alimentos, por lo que la cantidad que paga el mercado por cada unidad monetaria de beneficio es mayor en el caso de Danone.

La ratio P/BV se refiere al precio sobre el valor contable y compara el valor de la compañía en Bolsa con su valor contable y lo deseable es que la empresa tenga un valor mayor que en su contabilidad porque en la contabilidad no se refleja las expectativas del negocio, los análisis subjetivos ni las operaciones especiales ajenas al registro contable. En este caso, la que tiene una mayor ratio es la clasificada como bienes de consumo. Siendo los datos medios de las compañías de Francia los que obtienen una menor ratio.

Por último, P/CF relaciona el precio de cotización de la compañía con los fondos generados por la misma, lo que significa que en qué medida está valorando el mercado la evolución futura de la compañía en términos de flujo de caja. Cuanto mayor es implica que las expectativas que el mercado tiene sobre la empresa son optimistas por lo que se tenderá a invertir en la misma y el precio de cotización subirá. En este caso, Danone vuelve a ser la compañía que mejor resultado tiene.

Comparando Nestlé con Danone en términos de PER se encuentra mejor la primera ya que es mayor la cantidad que paga el mercado por cada unidad monetaria de beneficio de Nestlé, lo contrario al precio sobre el valor contable que es mejor el de Danone. Sin embargo, obtienen los mismos resultados en cuanto al precio sobre cash flow.

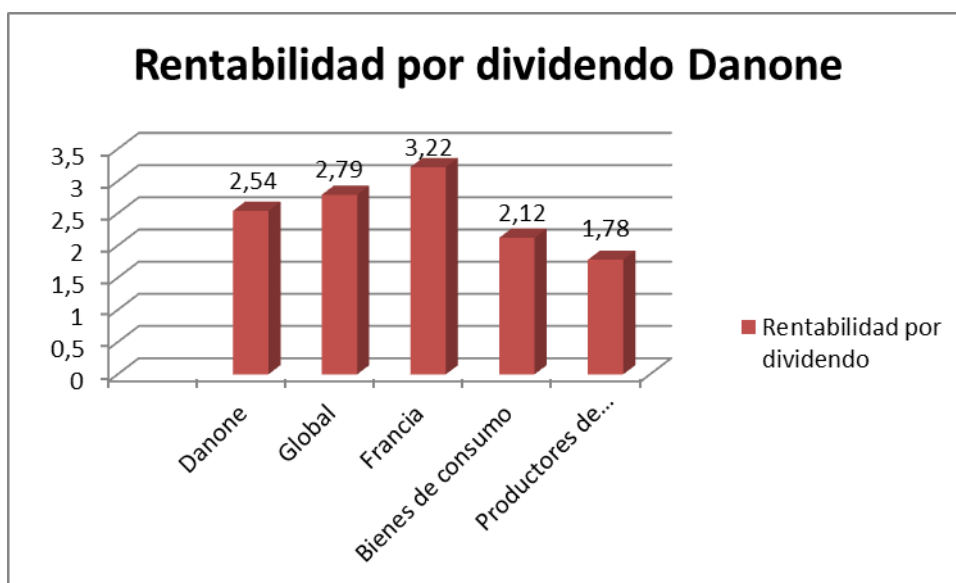
Gráfico 3.1.5: Rentabilidad por dividendo de Nestlé en 2015



Fuente: datos obtenidos de enciclopediafinanciera.com y elaboración propia.

Esa cifra es buena ya que las rentabilidades por dividendo habituales no superan el 3% y los inversores verán atractivo invertir en esa empresa.

Gráfico 3.1.6: Rentabilidad por dividendo de Danone en 2015



Fuente: datos obtenidos de www.enciclopediafinanciera.com/analisis-de/danone.html y elaboración propia.

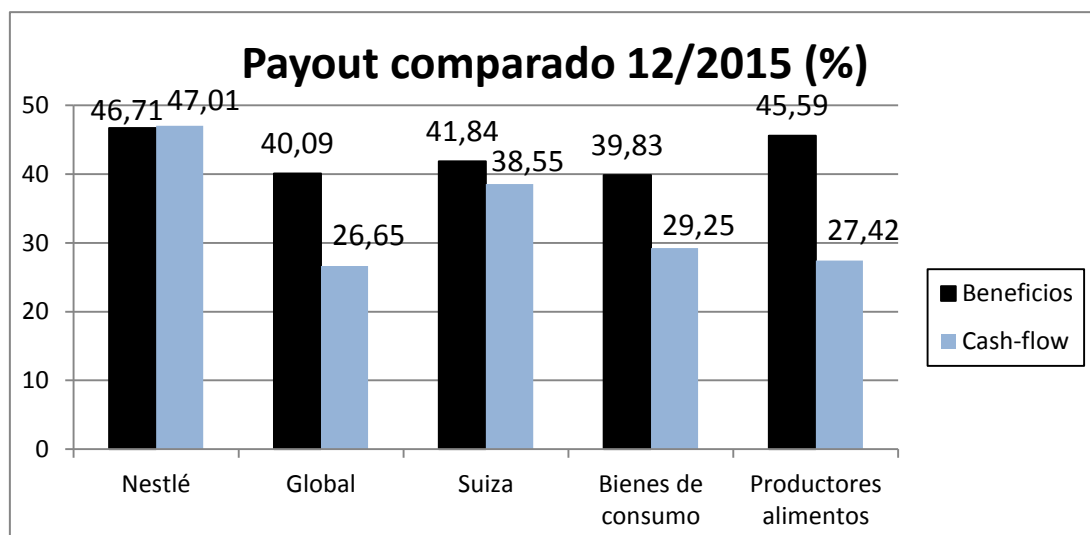
Danone tiene una rentabilidad por dividendo similar a la de la media del mercado. Sin embargo, la obtenida en media de Francia es algo superior, quedando en unos puestos inferiores la rentabilidad por dividendo de los bienes de consumo y de los productores de alimentos. Pero si comparamos el resultado obtenido de Danone con el de Nestlé,

concluimos que en cuanto a rentabilidad por dividendo se encuentra en mejor posición Nestlé, ya que la cifra es mayor.

También hay que analizar el payout que se calcula como dividendo entre beneficio neto y refleja el reparto de beneficios que destina la empresa a dividendos.

En el siguiente gráfico aparece que Nestlé en el último mes de 2014 tenía un payout de 46,71%, superior a las demás situaciones analizadas y cuanto mayor es ese ratio, en mejor situación se encuentra la empresa porque mejora la cotización del título.

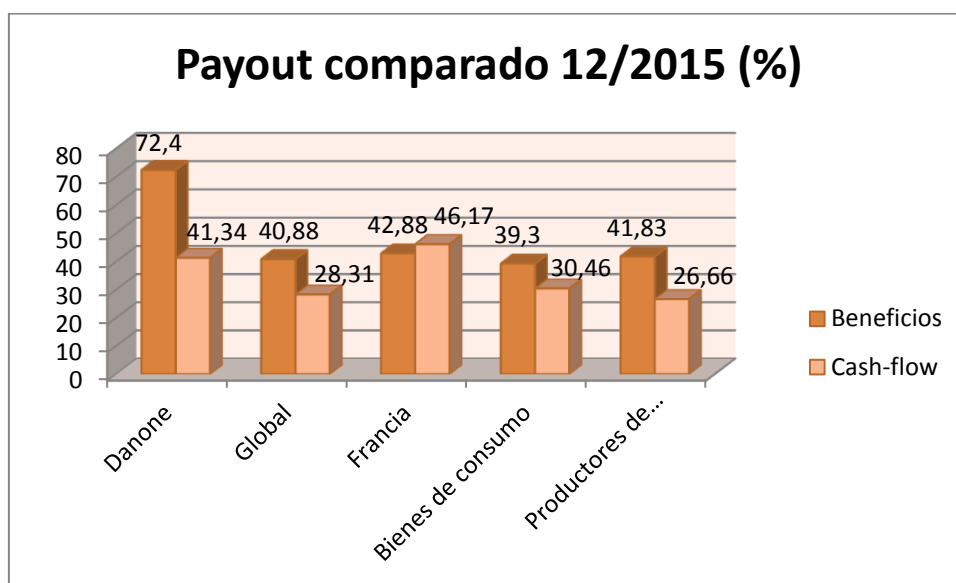
Gráfico 3.1.7: Payout comparado de Nestlé



Fuente: enciclopediafinanciera.com

El payout sobre beneficios lo debemos comparar con el payout sobre cash-flow, que es la cantidad de efectivo que realmente genera la empresa para su distribución. Y como este último ratio es superior significa que genera caja suficiente para mantener el payout sobre beneficios.

Gráfico 3.1.8: Payout comparado de Danone

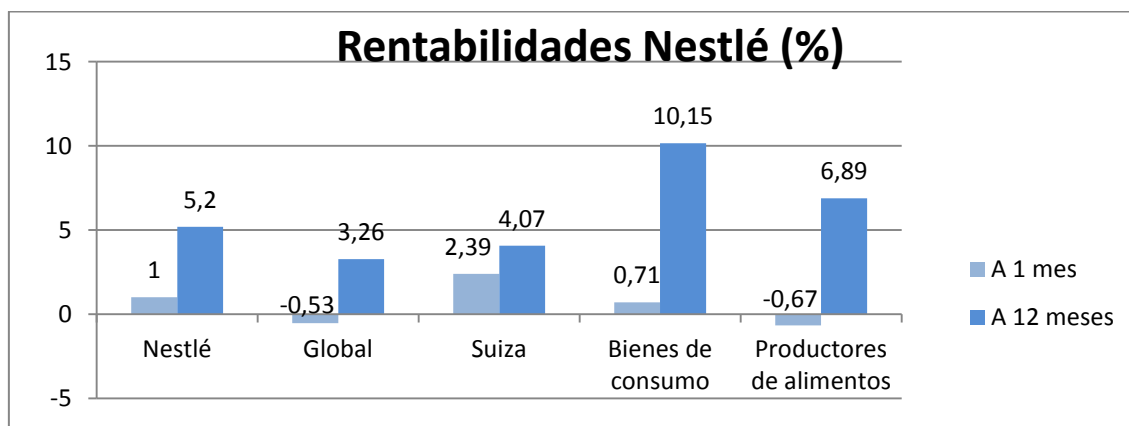


Fuente: datos obtenidos de enciclopediafinanciera.com/análisis-de-danone.html y elaboración propia.

Danone tiene un payout sobre beneficios superior que Nestlé pero, en cuanto al payout sobre cash flow ocurre completamente lo contrario ya que Nestlé genera una mayor caja para mantener el payout sobre beneficios.

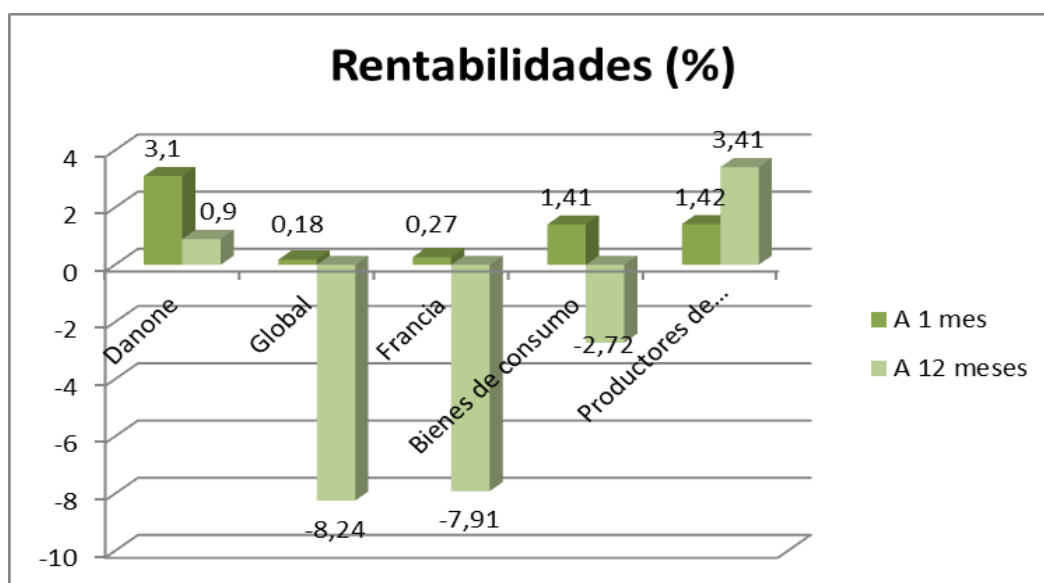
En cuanto a la rentabilidad a un mes (en tanto %), Nestlé obtuvo una cifra de un 1%, inferior a la obtenida de media en la bolsa Suiza. Sin embargo, a más largo plazo, a 12 meses ocurre lo contrario ya que la rentabilidad es mayor para Nestlé.

Gráfico 3.1.9: Rentabilidades a 1 y 12 meses de Nestlé en 2015



Fuente: datos obtenidos de enciclopediafinanciera.com y elaboración propia.

Gráfico 3.1.10: rentabilidades a 1 y 12 meses de Danone en 2015



Fuente: datos obtenidos de encilclopediafinanciera.com/análisis-de/danone.html y elaboración propia.

Danone ha obtenido una rentabilidad anual superior a las demás que aparecen en este gráfico en cuanto a la rentabilidad a un mes porque si se considera la rentabilidad a doce meses queda en una posición inferior a la de los productores de alimentos. Además, a doce meses, tanto la rentabilidad media del mercado como la de Francia y la de bienes de consumo son negativas.

En términos generales, Nestlé obtiene una mayor rentabilidad que Danone a doce meses ya que ésta último obtiene una rentabilidad de 0,9%.

3.2) CIFRAS CONSOLIDADAS

Tabla 3.2.1: Cifras clave consolidadas (en millones de CHF, excepto los datos por acción)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas	91115	98458	107552	109905	107618	109722	83642	92186	92158	91612	88785
Resultado del ejercicio atribuible a accionistas	8081	9197	10649	18039	10428	34233	9487	14012	14047	14019	13382
Inversión en activos fijos	3375	4200	4971	4869	4641	4576	4779	5368	4928	3914	3872
En % de ventas	3,70%	4,30%	4,60%	4,40%	4,30%	4,20%	5,70%	5,8%	5,30%	4,30%	4,40%
Patrimonio neto atribuible a los accionistas	47498	50991	52627	50774	48915	61867	56797	60947	62575	70130	62338
Capitalización (31-12)	152576	166152	195661	150409	174294	178316	171287	190038	208279	231136	229947
Flujo de caja operativo	10205	11676	13439	10763	17934	13608	10180	15772	14992	14700	14302
Free Cash Flow	6557	7018	8231	5033	12369	7761	4757	9879	10486	14137	9945
Deuda neta	9724	10971	21174	14596	18085	3854	14319	18152	14690	12325	15425
Coefficiente de endeudamiento neto sobre FP	20,50%	21,50%	40,20%	28,70%	37%	6,20%	15,20%	29,80%	23,5%	17,6%	24,7%
Beneficio por acción	20,78	23,90	2,78	4,87	2,92	10,16	2,97	3,33	3,14	4,54	2,90
Dividendos	9,00	10,40	1,22	1,40	1,60	1,85	1,95	2,05	2,15	2,20	2,25

Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia.

De esta tabla destacar que las ventas, tras el periodo de crisis, se han reducido ligeramente pero aun así sigue manteniéndose como una compañía líder en su sector aunque aparezcan algunos rivales. Sin embargo, el resultado del ejercicio atribuible a los accionistas, aunque descendió de golpe en el 2011, ha vuelto a seguir creciendo. Otro dato a destacar es la capitalización, que en términos generales sigue creciendo aunque en algún año ha caído, pero ese descenso no ha sido muy importante ya que la tendencia a lo largo de los años es creciente.

El flujo de caja operativo es la cantidad de dinero en efectivo que genera la compañía a través de la actividad, siendo importante ya que permite valorar las entradas y salidas de dinero mediante las actividades de explotación. Su punto máximo, en este periodo estudiado, se sitúa en el año 2012.

El Free Cash Flow o flujos de caja libre son los flujos de caja que se obtienen a partir de las actividades operativas, una vez que se han satisfecho las necesidades de inversión, y por tanto, pertenecen a los inversores que han aportado recursos financieros a la empresa. El FCF es positivo por lo que es un buen dato aunque en los últimos años ha pasado de estar en el año 2014 en 14137 millones de CHF a 9945 millones en el 2015.

Y por último, mencionar la deuda neta que ha ido aumentando aunque no se ha llegado a los niveles tan elevados como los del año 2007.

Tabla 3.2.2: Cifras clave consolidadas de Danone

Cifras consolidadas de Danone	2.014	2.015
Ventas (millones de €)	21144	22412
Ingresos de explotación comercial (millones de €)	2662	2892
Margen de operación de comercio	12,50%	12,91%
Beneficios netos	1561	1791
Ingresos netos (millones de €)	1119	1282
FCF (millones de €)	1401	1529

Fuente: datos obtenidos de ecobook.eu/ecobook/Danone/Dref2015/en/#2 y elaboración propia.

Con esta tabla, podemos afirmar que Nestlé tiene que tener cuidado con su competencia y seguir trabajando como lo ha hecho hasta ahora ya que Danone, la compañía rival de Nestlé estudiada en este trabajo, está incrementando sus ventas ya que ha pasado de tener unas ventas de 21.144 millones de euros a 22.412 millones de euros en 2015. Lo mismo ocurre con los beneficios netos y con las demás cifras que aparecen en esta tabla.

Ahora vamos a comparar algunos ratios importantes con una compañía rival como es Danone.

Hay que aclarar que los datos para Nestlé no están en euros, como ocurre en Danone, sino que están en CHF, por eso he tenido en cuenta el tipo de cambio a 31/12/2014 que es el año que he elegido para comparar las dos compañías, ya que Nestlé no dispone de datos a 31/12/2015 como en Danone. Por lo tanto, la última columna de la siguiente tabla, está calculada a un tipo de cambio CHF/€= 0,83132.

3.3) RATIOS

Tabla 3.3.1: Comparación de ratios entre Nestlé y Danone

NESTLÉ		2013	2014	2014 (€)	DANONE		2014	2015
ESTUDIO DE LIQUIDEZ					ESTUDIO DE LIQUIDEZ			
Análisis CC	AC-PC	-2851	1066	886,18712	Análisis CC	AC-PC	-3149	-1204
Liquidez general	AC/PC	0,91	1,03	1,03	Liquidez general	AC/PC	0,70	0,87
Liquidez inmediata	(D+R)/PC	0,46	0,56	0,56	Liquidez inmediata	(D+R)/PC	0,36	0,41
Tesorería	D/PC	0,21	0,27	0,27	Tesorería	D/PC	0,30	0,33
ANÁLISIS DE SOLVENCIA					ANÁLISIS DE SOLVENCIA			
Solvencia total	AT/Et	3,66	4,06	4,06	Solvencia total	AT/Et	2,99	3,55
ESTRUCTURA DEL ACTIVO					ESTRUCTURA DEL ACTIVO			
	Af/AT	0,75	0,75	0,75		Af/AT	0,76	0,76
	AC/AT	0,25	0,25	0,25		AC/AT	0,24	0,24
	Cc/Af	-0,03	0,01	0,01		Cc/Af	-0,13	-0,05
ESTRUCTURA DEL PASIVO					ESTRUCTURA DEL PASIVO			
	FP/(PT+PN)	0,52	0,53	0,53		FP/(PT+PN)	0,37	0,39
	Et/(PT+PN)	0,27	0,25	0,25		Et/(PT+PN)	0,33	0,28
COBERTURA DEL INMOVILIZADO					COBERTURA INMOVILIZADO			
	PN/Af	0,69	0,70	0,70		PN/Af	0,48	0,51

Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia.

De esta manera, se puede comparar la situación de las empresas para el último año más reciente que tienen en común, en este caso es del 2014.

➤ Estudio de liquidez

- ✓ A través del análisis de la liquidez se observa como en Nestlé son mayores los activos corrientes respecto a los pasivos corrientes, lo contrario que en Danone.
- ✓ Sin embargo, el ratio de liquidez general es positivo para los dos casos pero, el de Nestlé es mayor que uno lo que implica que hay más activo corriente que pasivo corriente y en principio, se podrá hacer frente a corto plazo a las obligaciones de pago, aunque el valor ideal está entre 1.5 y 2.
- ✓ En cuanto a la liquidez inmediata en los dos casos es positivo, reflejando la capacidad que tienen para atender sus compromisos a corto plazo con los activos líquidos que poseen, es decir con su tesorería. Es adecuado un ratio cercano a 0.3, por lo que el que más se acerca es Danone.

- ✓ El ratio de tesorería también conocido como acid test, refleja la capacidad que tienen las compañías para hacer frente a sus deudas a corto plazo pero solo con el disponible. Para no tener problemas de liquidez, el valor de este ratio ha de ser 1 y se observa como ninguna de las dos compañías están en torno al valor ideal, por lo que pueden no tener activos líquidos necesarios para hacer frente a los pagos.

➤ Análisis de solvencia

- ✓ La solvencia es la capacidad financiera de una empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago. Lo mejor es que este ratio sea mayor que 1.5 y en este caso las dos la superan.

➤ Estructura del activo

El análisis de la estructura del activo indica el grado de inmovilización de los recursos que necesita la empresa, según sea el peso relativo de los activos fijos y activos circulantes o activos fijos y de la composición de éstos.

En este apartado destacar que tanto en Nestlé como en Danone los activos no corrientes son superiores a los activos corrientes.

➤ Estructura del pasivo

Los fondos propios y el exigible no financian en su totalidad al pasivo, ya que es menor que uno.

➤ Cobertura del inmovilizado

Indica la capacidad que tienen las compañías para cubrir con su patrimonio neto el activo no corriente y en este caso la que más cubre es Nestlé.

A continuación, aparecen las cifras con las que se calcula la rentabilidad económica para los dos últimos años sobre los que hay datos. Pero para poder compararlo mejor, cogeré el año que tienen en común, en este caso el año 2014.

Tabla 3.3.2: Cálculo del EBIT para Nestlé

NESTLÉ		2013	2014
EBIT	Resultado de explotación	12367	9109

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3.3.3: Rentabilidad económica de Nestlé

NESTLÉ		2014
Rentabilidad económica	EBIT/A	0,068

Fuente: elaboración propia

Para Nestlé la rentabilidad económica es positiva pero ha decrecido en el último año, pasando de estar en 0,103 en el año 2013 al 0,068 en el 2014.

Tabla 3.3.4: Cálculo de EBIT para Danone

DANONE		2014	2015
EBIT=	Resultado de explotación + ingresos financieros=	983	1272

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3.3.5: Rentabilidad económica de Danone

DANONE		2014	2015
Rentabilidad económica	EBIT/A	0,031	0,039

Fuente: elaboración propia.

Con estos cálculos se mide la rentabilidad generada por los activos de una empresa. Cuanto mayor es el ratio y más creciente su tendencia, mejor, porque implica una mayor productividad de los activos y una mayor eficiencia por parte de la empresa. En este caso, Nestlé está en mejor situación.

La conclusión a la que se llega a través de este estudio es que Nestlé destaca en cuanto a liquidez, solvencia y rentabilidad económica, estando mejor que Danone, ya que podrá hacer frente a las deudas y genera una mayor rentabilidad con sus activos.

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Antes de empezar a comentar este apartado voy a realizar una breve explicación sobre cómo surgió la responsabilidad social corporativa, por lo que cabe mencionar la Ley Antimonopolio Sherman del 2 de julio de 1890. Esta ley mostró la necesidad de regular y controlar el entorno empresarial para proteger los intereses individuales y colectivos de la sociedad. Y con ella, se empezaron a conocer los parámetros sobre la responsabilidad social corporativa.

Tras la crisis económica de la década de 1930, la Segunda Guerra Mundial y una crisis ambiental y social, surgió la RSC obligatoria y fue apareciendo una serie de limitaciones medioambientales para cuidar el medioambiente. Y en la década de 1980, apareció la RSC voluntaria para tomar una serie de medidas y contribuir al desarrollo y mejorar la calidad de vida.

La trayectoria del concepto de RSC (o RSE) Bowen surgió en 1953 y se plasmó en el libro *Social Responsibilities of the Businessman*. Bowen afirmando que todas las acciones que toman los empresarios impactan en la calidad de la sociedad y que cuando toma una decisión de forma individual, no tiene en cuenta el bienestar público. Para Bowen, el empresario tiene que tener en cuenta la sociedad y no centrarse en maximizar los beneficios como único fin de la empresa.

Algunas empresas han visto que con la RSC pueden ampliar su mercado aunque no tengan la intención de comprometerse realmente con lo que divulgan e incluso algunas han alterado la información para parecer más responsable, pero no todos los casos son así. Para evitarlo, se crearon normas técnicas y guías mundialmente reconocidas y aceptadas y así aumentar su grado de transparencia.

La RSC tiene un carácter ético ya que se basa de la gestión responsable de las empresas porque contiene las preocupaciones de la sociedad o de los grupos de interés, conocidos también como stakeholders.

Los principios de la RSC según AECA son los siguientes:

- Transparencia: está basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y sobre las expectativas sociales.

- Materialidad: supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSC, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.
- Verificabilidad: las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.
- Visión amplia: la organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social corporativa en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, pensando en las generaciones futuras.
- Mejora continua: la RSC va ligada a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización.
- Naturaleza social de la organización: la RSC está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

Y observando el informe de Nestlé se llega a la conclusión de que cumple estos seis principios.

Para conocer el grado de compromiso de una empresa con la RSC, se debe observar su evolución en las siguientes áreas:

- Valores y principios éticos: se refiere a como la empresa integra unos principios referidos a los ideales y creencias en la toma de decisiones en sus productos y objetivos estratégicos. Esto se conoce como enfoque de los negocios basado en los valores y se refleja en general en la misión y visión de la empresa, así como en sus códigos de ética y conducta.
- Condiciones de ambiente de trabajo y empleo: políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, seguridad laboral, carrera administrativa, etc.

- Apoyo a la comunidad: acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sea con productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera.
- Protección del medio ambiente: compromiso de la organización empresarial con el medio ambiente y desarrollo sostenible. En este compromiso se incluyen los temas de optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concienciación de su personal, y otros.
- Marketing responsable: se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la publicidad, entre otras.

En España, el debate sobre la responsabilidad social se centra sobre todo en las grandes empresas y corporaciones. Pero, la mayor parte del peso económico del país reposa sobre las pequeñas y medianas empresas ya que éstas en el año 2015 constituían el 99.88%⁴ de las empresas españolas, aunque poseen escasa capacidad para asumir, por sí solas, las tareas propias de la responsabilidad social.

Y alguna de las principales materias recogidas en los códigos éticos de empresas españolas según un estudio realizado en el 2011 son las siguientes:

⁴ Véase www.eleconomista.es

Tabla 4.1: Principales materias recogidas en los códigos éticos de empresas españolas

Tema	Porcentaje	Tema	Porcentaje
Adhesión a la ley	100	Igualdad de oportunidades	72
Aceptación/concesión de regalos	94	Acoso, discriminación por razones de sexo, raza o religión	67
Productos/servicios de calidad, relaciones con clientes	94	Uso de información privilegiada	67
Relaciones con proveedores y competidores	94	Confidencialidad del cliente	50
Protección de datos de la empresa	89	Impacto de la empresa en la sociedad	39
Conflicto de interés	89	Confidencialidad del empleado	33
Salud y seguridad laboral	89	Exactitud de los registros de la compañía	22
Uso de recursos corporativos	83	Robo / fraude	11
Cuestiones ambientales: respeto y protección	83	Abuso de sustancias	6

Fuente: Ayuso, Silvia y Garolera, Jordi: Códigos éticos de las empresas españolas: un análisis de un contenido.

Participación de los grupos de interés

Mantener un diálogo efectivo con sus grupos de interés es básico para crear valor compartido en toda la cadena de valor. Los compromisos mundiales de Nestlé y sus actividades se coordinan de forma centralizada y se transmiten a través de foros de creación de valor compartido y convocatorias periódicas de los grupos de interés. Se han celebrado convocatorias de grupos de interés en 2007 en Ginebra, 2008 Washington, 2009 Ginebra y Kuala Lumpur, 2011 Nueva Delhi y Londres, 2012 Nairobi y Londres, 2013 Londres y 2014 Londres y Yakarta.

Los resultados de esas convocatorias se comunican a la alta dirección y se tienen en cuenta en el desarrollo de las políticas, estrategias y acciones del siguiente año.

Algunas de las recomendaciones aportadas por los grupos de interés son:

- Potenciar cambios en la cartera de productos para ser el mejor en todas las categorías de productos, haciendo hincapié en añadir buen material y eliminar las cosas malas
- Contribuir a que el sector en general aprenda a hacer las cosas bien y obtener beneficios e influir en el comportamiento de las empresas y los consumidores; entre otras.

Materialidad

Nestlé sigue las directrices del G4 del GRI en tema de materialidad. Esto significa que se preocupa por identificar las cuestiones más importantes para su negocio y sus grupos de interés. Por lo tanto, determinan las cuestiones económicas, sociales y medioambientales más preocupantes para sus grupos de interés externos frente a los riesgos u oportunidades que suponen para Nestlé. Esto les ayuda a cumplir unos determinados objetivos como son:

- Estar al tanto de los cambios u nuevos retos a los que se enfrenta el negocio
- Ofrecer una base sólida para tomar decisiones sobre lo que cubre el informe de creación de valor compartido y garantizar que satisface las necesidades de información de los distintos grupos de interés
- Cumplir con los requisitos de materialidad G4 del GRI.

Cabe destacar el Código del Buen Gobierno Corporativo que tiene carácter voluntario pero aun así la mayoría de las empresas lo publican, ya que así la empresa es más fiable.

Cada empresa desarrolla un programa de responsabilidad social diferente, pero en todos destacan los factores económicos y financieros, el medioambiente, la satisfacción de los clientes, la creación de valor, entre otros.

Son muy importantes también los índices de sostenibilidad porque implican una buena gestión responsable realizada por la empresa sobre la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa.

4.1 PRINCIPIOS CORPORATIVOS DE NESTLÉ

Los principios corporativos constituyen para Nestlé la base de su cultura empresarial ya que tienen que ir evolucionando para adaptarse a los cambios que se producen en el mundo. Pero aún así, sigue sin cambiar sus ideales, ya que para esta empresa sigue siendo muy importante la justicia, la honestidad y las personas en general. Además, se ha comprometido a unos principios corporativos en todos los países, teniendo en cuenta la legislación local, las prácticas culturales y religiosas. Por ello sus principios son:

- Nutrición, Salud y Bienestar: el objetivo es mejorar la calidad de vida de los consumidores, ofreciéndoles una selección de alimentos y bebidas más sabrosas y saludables para fomentar un estilo de vida sano.
- Garantía de calidad y seguridad de los productos: asegurar al consumidor de que sus productos son seguros y de calidad.
- Comunicación con el consumidor: para mantener una comunicación responsable y fiable con el consumidor.
- Derechos humanos en la actividad empresarial: tienen en cuenta el Pacto Mundial de las Naciones Unidas sobre los derechos humanos y el trabajo, para ofrecer un ejemplo de buenas prácticas laborales y de derechos humanos.
- Liderazgo y responsabilidad personal: contratan a personas competentes y motivadas, ofreciéndoles igualdad de oportunidades sin toleran el acoso ni la discriminación.
- Seguridad y salud en el trabajo: prevención de accidentes y enfermedades causadas por el trabajo.
- Relaciones con proveedores y clientes: se exige honestidad, integridad, justicia y respetar las normas.
- Agricultura y desarrollo rural: contribuyen a mejorar la producción agrícola, el nivel social y económico de los agricultores, las comunidades rurales y los sistemas de producción para hacerlos más sostenibles desde el punto de vista medioambiental.
- Sostenibilidad medioambiental: se esfuerza por emplear de forma eficiente los recursos naturales en todas las fases del ciclo de vida de los productos, usar recursos renovables gestionados de forma sostenible y cumplir el objetivo de cero desperdicios.
- El agua: utilizar el agua de forma sostenible y mejorar continuamente su gestión.

Y la misión, visión y valores de Nestlé son:

- Misión: contribuir a la nutrición, salud y bienestar de las personas con productos de máxima calidad para cualquier momento del día y para todas las etapas de la vida, así crean valor para la compañía y para la sociedad.
- Visión: ser líder en nutrición, salud y bienestar a nivel mundial.
- Valores: desarrollo del negocio a largo plazo obteniendo buenos resultados sus accionistas. Algunos de esos valores son:
 - Creación de Valor Compartido tanto para los accionistas como para la sociedad.
 - Llevar a cabo prácticas empresariales medioambientalmente sostenibles que protejan a las generaciones futuras.
 - Diferenciarse de sus competidores con disciplina, rapidez y una ejecución sin errores.
 - Entender qué aporta valor para los consumidores y proporcionarlo.
 - Alcanzar los máximos niveles de calidad en los productos.
 - Respetar las diferencias culturales y las tradiciones. Intenta integrarse en todas culturas de los países en los que opera pero manteniendo sus principios y valores.
 - Compromiso con una ética laboral, integridad y honestidad, así como con el cumplimiento de la legislación aplicable y los principios, políticas y estándares de Nestlé.

4.2 CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

Nestlé se centra en crear valor tanto para los accionistas como para la sociedad, ya que así tendrán éxito en el largo plazo.

La creación de valor compartido se basa en una serie de principios y valores establecidos por el Consejo de Administración. Además, sigue unos compromisos financieros que están en línea con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Global Reporting Initiative (GRI).

Además, su gobierno revisa periódicamente los requisitos legales y las prácticas, dialoga continuamente con los inversores a través de informes periódicos, reuniones, encuestas, entre otras formas.

Desde el año 2012, Nestlé trabaja para alinearse con las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), tanto en enfoque como en indicadores. De los indicadores clave que se presentan al principio del informe, 42 corresponden a indicadores GRI.

En 2006, plasmó por primera vez en un documento corporativo su visión de la RSE, que definió como creación de valor compartido (CVC) y que constituye su modelo de negocio, basado en generar riqueza tanto para los accionistas como para la sociedad en general. En 2010 se publicó el primer informe de esta empresa en España, reflejando una transparencia completa tanto en términos económicos, como ambientales y sociales.

- En cuanto al medioambiente cabe destacar la mejora de eficiencia en el uso de recursos naturales. Así, se ha reducido el uso de agua y energía por tonelada de producto acabado, y se han disminuido las emisiones de CO2 y la generación de residuos. Además, el programa de reciclado de cápsulas de café que empezó a implantarse en 2011 ya da cobertura a más de 11,5 millones de personas⁵ en España.

Tabla 4.2.1: Datos por áreas

	Europa	Américas	Asia-África-Oceanía
Fábricas	136	163	143
Empleados	28%	33%	39%
Ventas	28%	43%	29%

Fuente: datos obtenidos de www.nestle.es y elaboración propia

Con la Creación de Valor Compartido, Nestlé garantiza su reputación ganándose la confianza de los consumidores, clientes e inversores y así mejoran sus cifras económicas.

El Código de Conducta Empresarial de Nestlé fue aprobado en 2007 y consta de 14 artículos que deben seguir los trabajadores, como el rechazo a la corrupción.

⁵ Dato obtenido de la página oficial de Nestlé.

Principios Corporativos Empresariales de Nestlé

Desde hace más de 145 años, Nestlé defiende un sólido conjunto de valores que se reflejan en sus principios corporativos empresariales y que constituyen la base de su cultura de empresa. Los principios corporativos han evolucionado y se han ido adaptando a un mundo cambiante, pero los fundamentos básicos no han variado desde los orígenes de la empresa. Los principios corporativos contemplan, pues, los ejes sobre los que pivota la gestión de Nestlé que, además de las tres áreas clave de creación de valor compartido CVC, incluyen:

- La garantía de calidad y seguridad de los productos.
- La comunicación con el consumidor.
- Los derechos humanos en la actividad empresarial.
- El liderazgo y la responsabilidad personal.
- La seguridad y salud en el trabajo.
- La relación con proveedores y clientes.

Cabe destacar el análisis de materialidad como ya he mencionado anteriormente, ya que es un aspecto muy importante dentro del GRI G4 porque con la información disponible acerca de lo que les preocupa e interesa a los grupos de interés, se pueden identificar los aspectos más importantes. Después, aplicando los principios de exhaustividad y participación de los grupos de interés, se determina que aspectos incluir en la memoria de sostenibilidad. Y después de publicar la memoria, se revisan los aspectos considerados como materiales, desde el punto de vista de los grupos de interés.

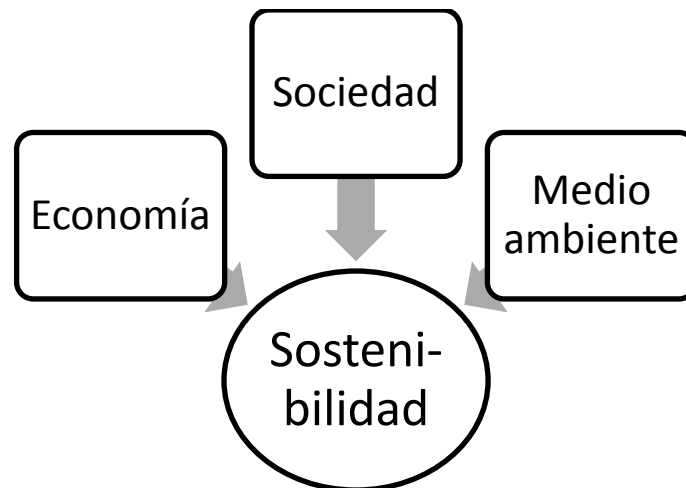
Desde 2006, la compañía determina periódicamente qué temas económicos, sociales y medioambientales preocupan más a sus grupos de interés externos y cuáles presentan riesgos u oportunidades para la empresa. Se tiene en cuenta en el desarrollo de políticas, estrategias y acciones de la compañía.

En 2014 Nestlé volvió a ocupar el primer puesto en el informe «Tras la marca» de Oxfam análisis de materialidad, otro recurso empleado por Nestlé para dialogar con los stakeholders. Todo ello permite a Nestlé estar al tanto de los cambios y los nuevos retos a los que se enfrenta a nivel mundial y le ofrece una sólida base sobre la que tomar decisiones.

4.3 LA TRIPLE BOTTOM LINE

Es muy importante mencionar la triple bottom line que a través de ella se puede llegar a la sostenibilidad como puede observarse en el siguiente esquema:

4.3.1: Esquema de la triple bottom line



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las veces que se piensa en la situación empresarial se tiene en mente como se encuentran las cuentas de la empresa, es decir, se piensa en términos económicos. Pero es muy importante incorporar los otros dos términos mencionados, sociedad y medio ambiente, ya que cada vez son más preocupantes y el mercado les recompensa por ello. Además, la empresa será sostenible.

Nestlé es un claro ejemplo de empresa preocupada por esos tres conceptos como se observará a continuación.

4.3.1 Nestlé y la economía

La situación económica no ha pasado por el mejor tiempo de la historia ya que tras el periodo de expansión se produjo un boom inmobiliario con el excesivo endeudamiento y pérdida de competitividad. Tras este periodo, el PIB empezó a descender notablemente a partir del 2007, como podemos observar en la siguiente tabla.

Tabla 4.3.1.1: Crecimiento del PIB en España (% anual)

Fecha	Crecimiento PIB (%)
2001	4,0
2002	2,9
2003	3,2
2004	3,2
2005	3,7
2006	4,2
2007	3,8
2008	1,1
2009	-3,6
2010	0,0
2011	-1,0
2012	-2,6
2013	-1,7
2014	1,4

Fuente: datos obtenidos en datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG y elaboración propia.

A partir de ese periodo, la tasa de paro comenzó a aumentar y por si fuera poco la tasa de dependencia también iba aumentando, lo que agravó la situación.

4.3.1.2: Tasa de dependencia y tasa de paro

Año	Tasa de dependencia (%)	Tasa de paro (%)
2008	47.17	11.2
2009	47.7	17.9
2010	48.44	19.9
2011	49.35	21.4
2012	50.12	24.8
2013	51.00	26.1
2014	52.11	24.4

Fuente: INE (2015) y elaboración propia.

A pesar de esta situación, Nestlé ha conseguido prácticamente mantenerse ya que ha alcanzado los 2.083 millones de euros⁶, reduciendo su cifra un 1% respecto al año anterior.

El 76%⁷ de las exportaciones de Nestlé se centraron en Francia, Suiza, Portugal, Reino Unido, Italia, Alemania, Grecia, Egipto, República Checa y Polonia. Pero si se descomponen en zonas, la mayor concentración se dio en Europa, como refleja la siguiente tabla:

Tabla 4.3.1.3: Concentración por zonas de Nestlé en porcentaje en el 2015

Zonas	%
Europa	82%
África	6%
Oriente medio	5%
Asia	3%

Fuente: página oficial de Nestlé y elaboración propia

Tabla 4.3.1.4: Concentración de las ventas por área geográfica de Danone en billones de euros

	2014	2015
Europa	8.522	8.900
ALMA	8.097	9.061
CIS y Norteamérica	4.525	4.471
TOTAL	21.144	22.412

Fuente: datos obtenidos de ecobook y elaboración propia.

Si comparamos las ventas de Danone por área geográfica en los años 2014 y 2015, observamos como en el año 2014 donde más ventas obtuvo fue en Europa pero en el 2015 fue en los denominados ALMA, compuesto por Asia pacífica, Latinoamérica, África y Oriente Próximo. Aunque en Europa también han aumentado sus ventas, disminuyendo ligeramente en los países que pertenecían a la Unión Soviética y en

⁶ Véase www.nestle.es

⁷ Véase www.nestle.es

Norteamérica, que ha pasado de situarse en 4.525 a 4.471 billones de euros. Y en cuanto al total sus ventas se han incrementado.

Si comparamos las ventas por área geográfica de Nestlé y Danone concluimos que en el 2014 en las dos compañías destaca Europa, ya que las dos tienen unas mayores ventas en esa zona.

4.3.2 Nestlé y la sociedad

- ✓ El 98 % de los productos de Nestlé hechos para niños, en el 2014, cumplieron con todos los criterios de la Fundación Nestlé Nutricional.
- ✓ El 73 Programa Global Kids llegó a más de 7,6 millones de niños en 73 países en 2014.
- ✓ Se ha situado en uno de los 3 principales fabricantes mundiales de alimentos y bebidas en el acceso actual al índice Nutrición.
- ✓ Se auditan 8700 proveedores de Nestlé y el 73 % cumple con el Código de Proveedores de Nestlé.
- ✓ FTSE4Good. Es el único fabricante relacionado con el sector infantil incluido en el índice de inversión responsable de FTSE.
- ✓ Es el número uno según la organización benéfica Oxfam en su tarjeta de puntuación de 2014.
- ✓ Ayudó a 11832 jóvenes de Europa a encontrar oportunidades de trabajo o de aprendizaje en el 2014.

Medidas tomadas por Nestlé:

- ✓ Está en contra de la explotación infantil y además le preocupa bastante la alimentación de las personas, pero sobre todo la de los pequeños, ya que su alimentación cuando sean mayores dependerá de lo que aprendieron en la infancia.

Para educar bien sobre ese tema, la compañía realiza una serie de programas educativos que enseñan a comer de manera sana. Por eso se ha creado Nestlé Healthy Kids Global, un programa mundial para una infancia saludable. Y para llegar a un número mayor de personas, en España se ha creado una plataforma online para cumplir esos objetivos de vida sana. Pero además, también se

preocupa de que todos sus empleados los lleven a cabo a través del programa Wellness.

Con todas estas propuestas que está realizando la empresa, se busca difundir los buenos hábitos entre la población porque una de las cosas más importantes es la salud.

Estos programas están disponibles en 68 países y cumplen con uno de los diez compromisos nutricionales de la compañía.

- ✓ Pero además de esa preocupación, Nestlé colabora con la Cruz Roja desde 1963. Esa colaboración se basa en que Nestlé le ayuda para que pueda ayudar a los más necesitados, ya que esa es la misión de la Cruz Roja. Algunas de esas ayudas que le aporta es a través de campañas para atraer voluntarios. Y para agradecerle esa ayuda tan importante, le entregó un diploma. Además, han creado un libro de recetas saludables por menos de un euro y así todo el dinero que recauden irá para esta organización.

- ✓ También colabora con el banco de alimentos desde hace más de 30 años, donándole productos a él y a organizaciones sin ánimo de lucro. Algún ejemplo que cabe mencionar es que Nestlé entregó 400 toneladas de sus productos en 2012. Y un hecho a destacar sobre estas buenas actuaciones es que en 2005 recibió la Espiga de Oro por parte de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).

Nestlé se basa en producir alimentos de buena calidad y nutricionalmente equilibrados y además, se le considera como una empresa socialmente responsable ya que está comprometida con la creación del valor compartido teniendo en cuenta a las personas sin recursos o con recursos escasos que no pueden permitirse adquirir esos productos.

- ✓ Fundación Finestrelles



Nestlé España también colabora con la Fundación Pro-disminuidos Finestrelles que es un programa de nutrición para personas con discapacidad intelectual. Y sus objetivos son:

- Ofrecer a esas personas información sobre como alimentarse para prevenir en un futuro problemas de salud.
 - Detectar rápidamente esos problemas y facilitarles que puedan beneficiarse de algún tipo de intervención nutricional.
 - Asegurar una buena coordinación entre esta fundación y la empresa, controlando los menús propuestos.
- ✓ Plan de formación laboral: los trabajadores son muy importantes, por eso quiere que desarrollen las competencias profesionales y las actitudes necesarias facilitándoles los medios adecuados para llevarlo a cabo. Así se ofertan cursos para mejorar, entre otras cosas, las habilidades y conocimientos profesionales y trabajar en grupos.

Esos cursos se clasifican en:

- Cursos del área comercial
- Cursos del área de operaciones
- Cursos de carácter general

Además posee un centro de formación en su sede central y, cada fábrica en España dispone de espacios para realizar cada formación específica según la producción de cada centro. Pero también pueden complementar la formación en escuelas de negocio y centros externos.

- ✓ Cursos internacionales en Suiza: una de las ventajas que ofrece Nestlé es su dimensión internacional. Los programas realizados en Suiza, están destinados a desarrollar y a compartir las mejores prácticas, reforzar la cohesión de la empresa y promover la creación de una red de contactos a través del Grupo.

Además, permiten generar una red funcional de trabajadores de Nestlé a nivel mundial basada en la colaboración mutua y en la puesta en común de experiencias.

- ✓ Igualdad de género: este tema es muy importante porque según el máximo responsable ejecutivo eso es una condición necesaria para garantizar la competitividad de la empresa. Así, en 2010 se firmó un Plan de Igualdad en España que está causando un incremento de porcentaje de mujeres cada vez mayor dentro del equipo humano, llegando a superar al porcentaje de mujeres.
- ✓ También es muy importante la conciliación de la vida laboral y familiar, siendo Nestlé pionera en la aplicación de medidas de conciliación, incluyendo entre otras:
 - Flexibilidad horaria: horario flexible para el personal técnico-administrativo, semana comprimida, organización de turnos, posibilidad a las madres con hijos menores de un año de ser eximidas del turno de noche, reducciones de jornada adaptadas a cada persona, entre otras.
 - Flexibilidad en el tiempo: posibilidad de elegir las vacaciones, días de permiso a cuenta de horas, compaginar las últimas semanas de la baja maternal con la jornada a tiempo parcial, y acumular las horas de lactancia son algunos de los ejemplos.
 - Flexibilidad en el espacio: toda persona que lo requiere dispone de un portátil con conexión a la red de Nestlé, uso de videoconferencia en todos los centros de Nestlé y reuniones online.
- ✓ Nestlé proporciona oportunidades para discapacitados, facilitándoles empleo a través de una serie de acuerdos con entidades como la Fundación Adecco. Así, esta fundación le entregó en 2010 un premio por integrar a los discapacitados. Además, llevó a cabo modificaciones en sus fábricas para que pudieran acceder a ellas personas con dificultades a través de mejoras en los accesos a los

edificios, instalando plataformas elevadoras para salvar tramos de escaleras, entre otras.

- ✓ Seguridad y salud laboral: uno de los objetivos de Nestlé consiste en crear unas condiciones de trabajo seguras y saludables para su equipo humano. Para ello, ha creado el programa seguridad para que cada trabajador incorpore la cultura de prevención de riesgos en sus hábitos de conducta. De hecho, la fábrica de Nestlé en Miajadas fue el primer centro de producción de Nestlé en Europa en obtener la certificación OHSAS 18001, un sistema de gestión para el control de la salud laboral y los riesgos en materia de seguridad en el trabajo. Actualmente todos los centros de producción de Nestlé España cuentan con dicha certificación.

Quiere cumplir el objetivo de cero accidentes en todos sus centros pero además, no solo le preocupa la seguridad laboral sino la salud en general de todos sus empleados. Así, desde los 80 ofrece a sus empleadas revisiones ginecológicas anuales y gratuitas y, desde mediados de los 90, realiza campañas de detección precoz de cáncer de próstata entre los empleados mayores de 50 años. Además, establecen revisiones médicas periódicas para los que tienen riesgos en su puesto de trabajo y, ofrece menús nutricionalmente equilibrados en sus comedores de empresa. Además, tiene programas antitabaco y contra la obesidad.

4.3.3 Nestlé y el medio ambiente

Para esta empresa es muy importante la frase “every step we take, we keep the environment in mind”⁸, que quiere decir que cada paso que dan tienen al medio ambiente en mente.

El crecimiento tiene que ser sostenido respetando al medio ambiente ya que forma parte de su política y por eso establece una serie de criterios medio ambientales en todas sus prácticas de empresa. Algunos de esos criterios se basan en:

- Integrar los principios, programas y prácticas medio ambientales en cada negocio.
- Mejorar continuamente sus procesos medio ambientales mediante la aplicación del programa NEMS (Nestlé Environmental Management System).

⁸ Véase www.nestle.es

- Formar e informar al personal de la empresa para que se comprometan con el medio ambiente.

Además, cabe destacar que este compromiso no es nuevo sino que ya hace más de un siglo que los empleados de Nestlé se preocupan por el medio ambiente. En la actualidad, está innovando en el uso de las botellas para promover el reciclaje.

Nestlé sigue con su política de reducir el consumo de energía empleada en la fabricación de sus productos. Durante el 2014, el consumo energético de las plantas de la compañía en España fue de 3,59 gigajulios por tonelada de producto, lo que supone una disminución del 0,5% con respecto a 2013. Una reducción que alcanza ya el 10,1% desde 2010.

Suministro de energía de fuentes renovables: a través de Viesgo, empresa dedicada a la generación de energía eléctrica, Nestlé España utiliza energía que procede exclusivamente de fuentes renovables, tanto en la oficina central de Esplugues de Llobregat como en la mayor parte de sus diferentes centros, que poseen el Certificado de Energía 100% Renovable emitido por Viesgo. El resultado es que, durante 2014, Nestlé España consumió un total de 123,7 GWh de energía procedente de fuentes renovables, lo que supuso reducir en más de 20.000 kg las emisiones de CO₂ a la atmósfera. El ahorro total fue de 20,52 toneladas de CO₂.

Algunas de las medidas a destacar que ha realizado esta empresa son:

- ✓ Gran ahorro de agua en las fábricas de Nestlé. Conforme pasa el tiempo crece la preocupación de las personas y de las empresas por el medioambiente, ya que cada vez se está notando de manera más pronunciada el calentamiento global. Por eso, Nestlé sabe que el agua es un recurso natural muy importante y está mejorando los sistemas para reducir el consumo de este recurso en sus fábricas. Algunos ejemplos de ello son la fábrica de Sevares que ha reducido el consumo del agua en un 23% y la fábrica de Girona que la ha reducido en un 50% en los últimos años, habiendo invertido esta última un millón de euros.
- ✓ Reducción de las emisiones contaminantes: es muy preocupante para la sociedad la emisión de gases con efecto invernadero, ya que se está demostrando en la realidad que el planeta cada vez está peor debido a la contaminación. Un ejemplo muy grave

es que demasiadas especies están desapareciendo. Por eso, Nestlé está intentando disminuir todo lo posible esos gases. Gracias a una serie de proyectos de mejora de la eficiencia energética implementados en los últimos años, al uso de combustibles más limpios y a la inversión en energías renovables, Nestlé España ha disminuido en los últimos cinco años un 4,6% las emisiones directas de GEI por tonelada de producto acabado.

- ✓ También ha reducido la producción de residuos por tonelada de producto acabado en un 79%. El objetivo de Nestlé es que en 2020 sus 150 plantas europeas tengan “cero residuos”, lo que significa que ningún residuo industrial irá al vertedero o será incinerado sin que se recupere la energía invertida en el proceso.

Desde 2010 se trabaja para disminuir la cantidad de residuos producidos. Entre las medidas que han permitido disminuirla destacan la revisión periódica de las condiciones y de las propuestas de valorización presentadas por cada gestor final, y la correcta segregación en fábrica, así como la mejora de las condiciones de los almacenamientos intermedios y la mayor implicación y sensibilización de todos los colaboradores para la minimización y correcta segregación de residuos. Hasta la fecha, las fábricas de Reus, Herrera del Duque y Viladrau generan cero residuos a vertedero en España. Por su parte, en 2014 los centros de producción de Nestlé en España lograron que el 97,11% de los residuos generados fueran valorizados en procesos de reutilización y reciclaje.

5) SIMULACIÓN

Las exportaciones influyen de manera directa en las ventas, por eso si aumentan las exportaciones aumentan las ventas, aunque estas últimas dependen de otros factores.

Considero el siguiente modelo simple:

$$Y_i = \alpha + \beta x_i$$

Dónde:

Y_i = Ventas totales en millones de € para cada año

α y β = Constantes

X_i = Exportaciones en millones de € para cada año

Tabla 5.1: Ventas totales y exportaciones en millones de euros en España

Año	Ventas totales (mill €)	Exportaciones
2012	2.107	542
2013	2.083	559
2014	2.102	561

Fuente: datos obtenidos de www.empresa.nestle.es

Si se realizan expectativas para los siguientes años, por ejemplo hasta el 2018, se pueden obtener predicciones sobre las ventas para esos años. Para ello, he considerado la evolución que se ha producido al pasar del año 2013 al 2014 en las exportaciones. Así obtenemos que las exportaciones hayan aumentado 2 millones.

Para poder obtener una predicción para los próximos años y sabiendo cómo han evolucionado las exportaciones, considero los siguientes datos:

Tabla 5.2: Predicción de las exportaciones

Año	Exportaciones
2015	563
2016	565
2017	567
2018	569

Fuente: Elaboración propia

Con esta predicción realizada sobre las exportaciones de Nestlé en España, podemos afirmar que son un buen dato ya que seguirán aumentando. Pero además, podemos concluir que esta positividad se corrobora con la realidad ya que en el año 2015 las exportaciones han sido mayores de las predichas⁹.

Y a través del programa econométrico de gretl y después de realizar una serie de cálculos, obtengo que la predicción de ventas para esos años serán de:

⁹ Véase www.nestle.es

Tabla 5.3: Predicción de las ventas totales en millones de euros

Año	Ventas totales
2015	2121
2016	2140
2017	2159
2018	2178

Fuente: elaboración propia

Con esta predicción observamos como la tendencia de ventas de Nestlé seguirá creciendo en los próximos años, llegando a situarse en el 2018 en 2.178 millones de ventas aunque tiene que seguir trabajando porque como hemos visto sus rivales, en este caso Danone, también están incrementando sus ventas. Además, si comparamos el dato predicho con la realidad, obtenemos que las ventas totales predichas son buenas pero menores que las cifras que se obtuvieron en 2015, ya que éstas fueron de 2.166 millones de euros¹⁰. Con esto concluimos que las ventas que hemos predicho son buenas pero menores a las realizadas en verdad.

Por ello, voy a realizar una aportación sobre que mecanismo podría aplicar Nestlé para mejorar, relacionando la economía con el medio ambiente y la sociedad. Esta idea se basa en que Nestlé puede incrementar la concienciación sobre el cambio climático en las personas a través de reciclar el envase de sus productos. Muchas personas todavía siguen sin reciclar en casa por eso, Nestlé podría crear una tarjeta de puntos en la que hiciera descuentos a sus clientes si reciclarán esos envases. Nestlé debería de repartir tarjetas de puntos a todas las tiendas que dispongan de sus productos, así si los clientes llevan sus envases a esas tiendas, éstas les acumularían puntos para después descontar en las próximas compras sobre productos Nestlé.

¹⁰ Dato obtenido de www.nestle.es.

6. CONCLUSIONES

Con este análisis realizado sobre una de las compañías más importantes, se observa como aun con la dificultad económica por la que han pasado la mayoría de países se ha sabido mantener. Una de las causas ha sido la innovación en sus productos y en la producción. Además, no solo le han interesado las cifras económicas, sino que también le preocupan las personas y el medio ambiente, como se refleja en la creación del valor compartido.

Nestlé lleva a cabo muchos programas para ayudar a las personas a saber llevar una vida saludable, sobre todo enseña a los padres a cómo educar a sus hijos en cuanto a este tema. Además, realiza otros programas para reducir la contaminación y poder reducir la emisión de gases invernaderos.

Las ventas se han ido manteniendo en los últimos años aunque la situación económica y financiera no fuera la deseable con la crisis y como hemos comprobado a lo largo del trabajo, se han incrementado en el 2014. Sin embargo, las inversiones que ha realizado Nestlé han caído.

El ratio de liquidez se encuentra en buena situación ya que permite hacer frente al pasivo corriente con el activo corriente. Lo mismo ocurre con la solvencia, ya que con los datos que teníamos, apreciamos como puede hacer frente a las obligaciones de pago. Pero si evaluamos la predicción futura sobre las ventas en los próximos años, se observa como seguirán aumentando y por tanto, seguirá manteniéndose en el top como empresa líder. Y una idea que podría aplicar sería la comentada anteriormente sobre incrementar la concienciación sobre el cambio climático en las personas a través de reciclar el envase de sus productos. A cambio, la compañía debería de repartir tarjetas de puntos a todas las tiendas que dispongan de sus productos, así si los clientes llevarían sus envases a esas tiendas, éstas les acumularían puntos para después realizar descuentos en las próximas compras sobre productos Nestlé.

7. BIBLIOGRAFÍA

AYUSO, S. y GAROLERA, J.: “Códigos éticos de las empresas españolas: un análisis de un contenido”. Universitat Pompeu i Fabra-Cátedra Mango de RSC, Documento de trabajo nº 10, julio 2011.

CARDONA ACEVEDO, M, DUQUE OROZCO YENNI V. Y RENDÓN ACEVEDO, J.: “Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Corporate Social Responsibility: Theories, Indexes, Standards and Certifications Responsabilité sociale des entreprises: théories, indices, standards et certifications”. 196 Cuadernos de Administración. Universidad del Valle. Vol. 29 N° 50, julio - diciembre de 2013.

<<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>>

ECOBOOK:

<ecobook.eu/ecobook/Danone/Dref2015/en/#2>

EL ECONOMISTA: “¿Cuánto facturan las pymes en España?”.

<<http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7265610/01/16/Cuanto-facturan-las-pymes-en-Espana.html>>

EL PAÍS: “La población en riesgo de pobreza o exclusión social crece hasta el 29%”. Encuesta del INE.

<http://economia.elpais.com/economia/2015/05/26/actualidad/1432626857_809310.html>

EMPRESA NESTLE: www.empresa.nestle.es

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/principios-corporativos-empresariales-nestle>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/mision-vision-valores>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/informe-anual>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/accionistas>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/investigacion-y-desarrollo>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/nutricion-salud-bienestar/programas-educativos>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/te-interesa-saber/contra-la-explotacion-infantil>>

<<https://www.agustoconlaveda.es/nutricion/nutrientes>>

<http://empresa.nestle.es/es/cvc/home>>

<http://www.empresa.nestle.es/es/sala-de-prensa/actualidad-nestle/ahorro-agua-fabricas-nestle>>

<<http://www.empresa.nestle.es/es/sobre-nestle/nestle-en-espana/historia/home>>

ENCICLOPEDIA FINANCIERA. 1-12-15

<<http://www.encyclopediainanciera.com/analisis-de/Nestle.html>>

FERNÁNDEZ GARCÍA, R. “Responsabilidad Social Corporativa”, 2009. ECU

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=295vqLhaTioC&oi=fnd&pg=PA9&dq=beneficios+de+la+responsabilidad+social+corporativa&ots=y-VEcR__ik&sig=_5qMBQChzYzGKBoJ9f6Q3aDGPbQ#v=onepage&q=beneficios%20de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa&f=true>

GESTIÓN. El diario de economía y negocios de Perú. 14/02/2013

<<http://gestion.pe/empresas/nestle-preve-ano-difcil-fuerte-competencia-y-desaceleracion-mercados-emergentes-2059093>>

LIZCANO, J.L. Y MONEVA, J.M.: “Marco conceptual de la RSC”

INVESTING.COM: <<http://es.investing.com/equities/danone-income-statement>>

NAVARRO GARCÍA, F.: “Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica”. 2ª edición, Madrid 2011.

<<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LyqG6yzMNnsC&oi=fnd&pg=PA103&dq=beneficios+de+la+responsabilidad+social+corporativa&ots=kF6W8F7Abv&sig=u>>

wX5nO94lAd2qEu_DjfVpCvV3dk#v=onepage&q=beneficios%20de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa&f=false>

NESTLÉ ANNUAL REPORT, 2014.

<<http://www.empresa.nestle.es/es/libreria-documentos/Documents/publicaciones/2014-annual-report-en.pdf>>

NESTLÉ EN LA SOCIEDAD. Informe sobre creación del valor compartido. 2015

<<http://www.empresa.nestle.es/es/libreria-documentos/Documents/publicaciones/informe-de-rsc-de-nestle-en-espana-2014.pdf>>

NESTLÉ ESPAÑA S.A. Política de responsabilidad social de Nestlé España S.A.: Creación del valor compartido.

<<http://www.compromisorse.com/responsabilidad-social/alimentacion-bebidas-hogar-e-higiene/nestle-espana-sa/>>

WORLD BANK: “Global Economic Prospects Divergences and Risks”

<http://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects#data>

8. ANEXO

Anexo 1: Datos de interés sobre Nestlé

Como datos de interés, conocer algunos de los compromisos previstos para cumplir antes del 2020:

- Ser líderes en conocimiento de nutrición infantil
- Ser líderes en investigación sobre nutrición y salud a partir de la colaboración
- Proporcionar productos nutricionalmente equilibrados diseñados para los niños
- Reducir el sodio y el azúcar en sus productos
- Reducir las grasas saturadas y eliminar las grasas trans en sus productos
- Fomentar el consumo de granos integrales y verduras
- Proporcionar información nutricional y consejos en todas las etiquetas
- Proporcionar a los consumidores información relativa a las raciones

- Promover dietas y estilos de vida saludables, fomentando la actividad física
- Promover una hidratación saludable como parte de un estilo de vida sano
- Proporcionar programas de formación para una buena nutrición y unas buenas prácticas alimentarias
- Desplegar el Marco de Desarrollo Rural para entender las necesidades de los agricultores
- Concienciar a la población sobre la importancia de la eficiencia hídrica y mejorar el acceso al agua y las instalaciones de saneamiento en toda la cadena de valor
- Respalidar políticas eficientes de gestión del agua
- Tratar de forma eficaz el agua que vertimos
- Evaluar y optimizar el impacto medioambiental de los productos
- Mejorar el rendimiento medioambiental de los envases
- Ser líderes en temas de cambio climático
- Proporcionar información medioambiental precisa y relevante, estando siempre abiertos al dialogo
- Evaluar y gestionar el impacto en los derechos humanos de sus operaciones y de la cadena de proveedores
- Acabar con el trabajo infantil
- Garantizar que todos los empleados y grupos de interés puedan informar fácilmente de cualquier posible infracción
- Trabajar contra la corrupción y el soborno
- Garantizar que todas las unidades Nestlé disponen de sistemas básicos de seguridad y protección de la salud para todos los empleados
- Garantizar la paridad de género en sus empleados
- Ofrecer 20.000 oportunidades de trabajo en Nestlé a jóvenes menores de 30 años en toda Europa
- Proporcionar en materia de Creación de Valor Compartido, nutrición y sostenibilidad.

Anexo 2: Datos de Nestlé

En este trabajo he realizado una serie de cálculos como han sido los ratios y para ello he usado los siguientes datos.

Tabla 8.2.1: Balance de Nestlé

					CHF/€ a 31-12
BALANCE 31-12 (mill CHF, exc ítems ac)	2011	2012	2013	2014	2014 (€)
Total Act. Corrientes	33324	34020	30066	33961	28232,46
Efectivo e inv. A c/p	7988	9296	7053	8881	7382,95
Tesorería	3591	3499	4524	3528	2932,90
Efectivo y equivalentes	1347	2214	1891	3920	3258,77
Invers. A c/p	3050	3583	638	1433	1191,28
Deudores comerc. Y otras cuentas corrientes a cobrar	14434	14020	13357	14367	11943,57
Deudores comerc. Y otras cuentas a cobrar	9541	9539	9367	10283	8548,46
Existencias	9255	8939	8382	9172	7624,87
Pagos por adelantado	900	821	762	565	469,70
Otros activos corrientes	747	944	512	976	811,37
Total ANC	80767	91857	90376	99489	82707,20
Propiedad, planta y equipo- Neto	23971	26576	26895	28421	23626,95
Propiedad, planta y equipo- Bruto	49270	52315	53118	56106	46642,04
Amortización acumulada	-25299	-25739	-26233	-27685	-23015,09
Fondo de comercio	29008	32688	31039	34557	28727,93
Inmovil. Intangible- Neto	9356	13018	12673	19800	16460,14
Inversiones a l/p	15790	16565	16865	14142	11756,53
Otros activos no corrientes	39	27	124	128	106,41
Activos fiscales diferidos	2603	2983	2780	2441	2029,25
TOTAL ACTIVOS	114091	125877	120442	133450	110939,65
Total Pasivo Corriente	35232	38597	32917	32895	27346,27
A pagar/acumulado	13584	14627	16072	17437	14495,73
Gastos acumulados	2909	3078	3185	3759	3124,93
Instrumentos financ. Derivados	-	-	-	5573	4632,95
Deudas con entidades de crédito y oblig. U otros valores negociables	16100	18408	11380	3237	2690,98
Otros pasivos corrientes	2639	2484	2280	2889	2401,68
Total PNC	22062	26273	24950	30425	25292,91
Saldos con entidades de crédito y otros pasivos financieros	6207	9008	10363	12396	10305,04
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros no corrien	6207	9008	10363	12207	10147,92
Arrendamiento financiero	-	-	-	189	157,12
Total deuda financiera	22307	27416	21743	21206	17628,97
Pasivos por impuesto diferido	2060	2240	2643	3191	2652,74
Intereses minoritarios	1477	1657	1564	1754	1458,14
Otros pasivos no corrientes	12318	13368	10380	13084	10876,99
TOTAL PASIVO	57294	64870	57867	63320	52639,18
Patrimonio neto	56797	61007	62575	70130	58300,47
Capital	330	322	322	322	267,69
Reservas (p ³) acumuladas	80116	80687	85260	90981	75634,32
Acciones propias en cartera	-6722	-2078	-2196	-3918	-3257,11
Diferencias de conversión	-16927	-17924	-20811	-17255	-14344,43
Total pasivo y patrimonio neto	114091	125877	120442	133450	110939,65
Acciones comunes en circulación	3172	3188,56	3189,58	3168,42	2633,97

Fuente: datos obtenidos de <http://es.investing.com/equities/nestle-ag-balance-sheet> y elaboración propia.

Tabla 8.2.2: Cuenta de resultados de Nestlé

CUENTA DE RESULTADOS A 31-12 (en millones de CHF, excepto ítems por acción)		
	2013	2014
Ingresos totales	46990	48631
Beneficio bruto	22335	23454
Total gasto explotación	40658	439322
Resultado explotación	6332	4709
Ingresos financieros	6035	4400
Resultado ordinario antes de impuestos	4531	2659
Resultado del ejercicio procedente de operaciones continuadas	4895	9822
Resultado procedente de operaciones continuadas	1.53	3.07
Beneficio por acción	-297	-309

Fuente: datos obtenidos en <http://es.investing.com/equities/nestle-ag-income-statement> y elaboración propia.

Anexo 3: Datos de Danone

Tabla 8.3.1: Balance de Danone

BALANCE a 31-12 (millones €, excepto ítems por acción)	2014	2015
Total Activos Corrientes	7476	7998
Efectivo e inversiones a c/p	3197	3033
Efectivo y equivalentes	880	519
Inversiones a c/p	2317	2514
Deudores comerciales y otras cuentas corrientes a cobrar	2904	3299
Existencias	1340	1374
Otros activos corrientes	35	292
Total Activos No Corrientes	24271	24714
Propiedad, planta y equipo (neto)	4582	4752
Fondo de comercio	11582	11653
Inmovilizado intangible (neto)	4652	4126
Inversiones a l/p	2238	2952
Otros activos no corrientes	228	204
Activos fiscales diferidos	989	1027
Total Activos	31747	32712
Total Pasivo Corriente	10625	9202
Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar	3334	3334
Deudas con entidades de crédito y obligaciones u otros valores negociables	2332	2374
Otros pasivos corrientes	4959	3494
Total Pasivo No Corriente	9426	10904
Saldos con entidades de crédito y otros pasivos financieros	6238	7835
Deudas con entidades de crédito y otros pasivos financieros no corrientes	6238	7835
Total deuda financiera	8570	10209
Pasivos por impuesto diferido	1125	1126
Intereses minoritarios	49	63
Otros pasivos no corrientes	1914	1880
Total Pasivo	20051	20106
Patrimonio neto	11696	12606
Capital	161	164
Prima de emisión	3505	4132
Reservas acumuladas	11817	11454
Acciones propias en cartera	-1859	-1707
Diferencia de conversión	-1928	-1437
Total pasivo y PN	31747	32712
Acciones comunes en circulación	600.08	615.23

Fuente: datos obtenidos en <http://es.investing.com/equities/danone-income-statement> y elaboración propia.

Tabla 8.3.2: Cuenta de resultados de Danone

CUENTA DE RESULTADOS (31-12)	2014	2015
Ingresos totales	10677	11020
Beneficio Bruto	5182	5579
Total gastos de explotación	9610	9682
Resultado de explotación	1067	1338
Ingresos financieros	-84	-66
Resultado ordinario antes de impuestos	914	1207
Rdo del ejer. Procedente de operaciones continuadas	599	880
Rdo procedente de las operaciones continuadas	512	867
Rdo atribuido al grupo	512	867
Beneficio por acción del periodo	0.85	1.41
Dividendo por acción	1.5	1.6
UPA- Utilidades por acción	0.85	1.41

Fuente: datos obtenidos en <http://es.investing.com/equities/danone-income-statement> y elaboración propia