



Informe de Progreso 2013

Compromiso 2020 en Responsabilidad Social Empresarial





Índice

Mensaje del Consejero Delegado	4
Natra, 70 años de historia	6
Informe de Progreso 2013	9
Aprovisionamientos	11
El cuidado del medio ambiente	15
El equipo Natra	17
El interés por la comunidad	21
Nutrición saludable	23

**“Progresando en nuestro
compromiso 2020”**

Han pasado ya **70 años** desde el inicio de la actividad de Natra, en los que se ha convertido en un referente en la producción y elaboración de productos de chocolate y derivados del cacao, con presencia en los cinco continentes.

“Queremos compartir los esfuerzos que hemos realizado durante el año”

En nuestro afán de contribuir a la sociedad y de ser reconocida como una empresa responsable, en el año 2012, Natra se comprometió a promover la difusión permanente y periódica de las iniciativas que nuestra compañía desarrolla en materia de responsabilidad social empresarial (RSE).

Mediante el Informe de Progreso 2013 queremos compartir los esfuerzos que hemos realizado durante el ejercicio 2013 para avanzar en el cumplimiento de los objetivos que nos marcamos en los cinco grandes ámbitos de actuación de nuestro plan de RSE: las materias primas, el medio ambiente, las condiciones laborales, la sociedad y la nutrición saludable.

Tenemos por delante unos retos ambiciosos hasta 2020: adquirir el 100% de cacao certificado, medir y reducir la huella de carbono de cada uno de nuestros productos o incrementar la colaboración con organizaciones que trabajan por el bienestar de la población en los países proveedores de cacao donde nos abastecemos. Para esta tarea, contamos con un equipo altamente comprometido.

Por último, aprovecho para destacar que desde Natra mantenemos nuestro compromiso con los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al que estamos adheridos desde el año 2012.

Mikel Beitia
Consejero Delegado de Natra

Natra, 70 años de historia

Natra es una multinacional de origen español, referente en Europa en la producción y elaboración de productos de chocolate y derivados del cacao, con un enfoque especializado hacia la marca de distribución y otras compañías de alimentación. En la actualidad, nuestros productos se comercializan en los cinco continentes y contamos con dos grandes divisiones:

- **División de producto de consumo:** se suministra a los distribuidores más relevantes.
 - **Productos:** barritas de chocolate, bombones y trufas belgas, tabletas de chocolate y cremas untables.
 - **Principales mercados:** Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, España y Reino Unido.
- **División de producto industrial:** suministra a la industria de alimentación internacional.
 - **Productos:** productos derivados del cacao como el polvo y manteca de cacao y cobertura de chocolate.

Disponemos de **seis centros de producción** en España (Oñati y Valencia), Bélgica (Bredene y Malle), Francia (Saint-Étienne) y Canadá (Ontario). Asimismo contamos con presencia comercial en Europa, Estados Unidos y Asia. En el primer trimestre de 2014 se ha iniciado la puesta en marcha de las nuevas instalaciones productivas en Canadá.

España

Oñati
Valencia

Francia

Saint-Étienne

Bélgica

Bredene
Malle

Canadá

Ontario



Nuestra visión estratégica se ha definido en los siguientes términos:

“Queremos ser el socio estratégico global para la gran distribución, la industria de la alimentación y otros canales en productos de chocolate y derivados de cacao”

Para conseguir nuestra visión contamos con nuestros valores corporativos y con las cuatro palancas que conforman la Estrategia 4i de la compañía:

- **Innovación:** identificación permanente de las necesidades del consumidor y las tendencias del mercado.
- **Socios industriales y de distribución:** alianzas a largo plazo como modelo de relación con los clientes.
- **Internacionalización:** apuesta decidida por la expansión en mercados fuera de Europa, con una especial atención en América y Asia.
- **Eficiencia interna:** relativa al conjunto de las operaciones de la compañía, con una atención especial a la seguridad alimentaria, política de calidad y responsabilidad social empresarial.

Valores de Natra:

- **Orientación al cliente y al consumidor:** una compañía orientada al cliente y al consumidor, con excelentes niveles de calidad en el servicio y constantemente enfocada en conocer y anticipar las necesidades de los clientes y los consumidores.
- **Relaciones a largo plazo:** una compañía de profesionales proactivos, flexibles y abiertos a desarrollar nuevos proyectos, con una especial motivación por el trabajo en equipo con proveedores y clientes, en relaciones de largo plazo.
- **Equipo comprometido:** un equipo comprometido, apasionado y con gran talento, con una sólida experiencia y un profundo conocimiento de toda la cadena de valor del negocio del cacao y el chocolate.
- **Sostenibilidad y rentabilidad:** un ambiente de trabajo ético y respetuoso con las personas, las organizaciones y los entornos en los que la compañía se desarrolla, con un objetivo claro hacia un negocio sostenible y rentable en el tiempo.

Las acciones de Natra están admitidas a cotización oficial en el mercado continuo de Madrid y Valencia.

Asimismo, junto a su principal actividad en la industria del chocolate, Natra cuenta con una participación accionarial de control en la multinacional de origen español Natraceutical, especializada en la comercialización de complementos nutricionales de origen natural en Europa a través de su filial Laboratoires Forté Pharma.

Principales magnitudes económicas del año

La actividad de cacao y chocolate concluyó el año 2013 con ventas de 329M€, lo que representa un incremento interanual del 3% en el periodo 2010-2013.

A continuación se detalla la evolución de la cifra de negocio y del EBITDA de los últimos cuatro años.

Natra - Cacao y Chocolate

Cifra de negocios M€

2013

329

2012: 326

2011: 327

2010: 302

Evol. 2012-13: 1.2%

TACC 2010-13: 3.0%

EBITDA M€

2013

24

2012: 28

2011: 23

2010: 15

Evol. 2012-13: -14.9%

TACC 2010-13: 16.5%

Margen EBITDA

2013

7.3%

2012: 8.7%

2011: 7.0%

2010: 5.1%



Informe de Progreso 2013

Aprovisionamientos 11

El cuidado del medio ambiente 15

El equipo Natra 17

El interés por la comunidad 21

Nutrición saludable 23



En junio de 2012, el Consejo de Administración de Natra aprobó una declaración sobre la responsabilidad social empresarial de la compañía, en la que se incluyeron las grandes líneas estratégicas del plan de RSE, que han dado lugar a una serie de objetivos que han quedado reflejados en nuestro Compromiso 2020.

El Informe de Progreso 2013 muestra las acciones llevadas a cabo por Natra en el ejercicio 2013 en aras a alcanzar el cumplimiento de los objetivos establecidos en el Compromiso 2020.

Compromiso 2020	Objetivos establecidos
Aprovisionamientos	Aumentar gradualmente la compra de cacao certificado de forma en 2020 llegue a ser el 100% de nuestro consumo
	Promover la certificación entre cooperativas de productores de cacao con las que tengamos relación
	Participar en organizaciones sin ánimo de lucro que promuevan la protección de los agricultores y sus familias, así como la organización eficaz de las cooperativas en que se agrupan.
	Publicar anualmente información sobre la procedencia del cacao indicando que proporción del total ha sido certificada y cuáles han sido los sellos certificadores
El cuidado del medio ambiente	Adquirir el 100% de aceite de palma de plantaciones compatibles con la supervivencia de los bosques tropicales
	Fomentar el uso racional de los recursos naturales, con especial énfasis en la reducción de consumos de agua y energía.
	Medir la huella de carbono de cada uno de nuestros productos
	Comprar energía verde siempre que sea posible
El equipo de Natra	Usar cartón procedente de una gestión ambientalmente apropiada y socialmente beneficiosa
	Promover el aprovechamiento para todos los residuos generados
	Informar sobre los indicadores laborales de salud, seguridad y formación
	Diseñar, homogenizar y promover políticas comunes en recursos humanos*
El interés por la comunidad	Mantener y mejorar donde sea necesario las ratios de permanencia en la compañía
	Incrementar la colaboración destinada a organizaciones que trabajen directamente por el bienestar de la población en los países proveedores de cacao donde nos abastecemos
	Establecer una colaboración continuada con los bancos de alimentos locales
	Seguir promoviendo acciones de patrocinio vinculados al deporte y la vida sana
La nutrición saludable	Eliminar las grasas trans
	Sustituir los aromas artificiales por otros 100% naturales
	Reducir el contenido de sal
	Evitar el uso de colorantes artificiales

*Objetivo reformulado durante 2013

Aprovisionamientos

“Compromiso activo con un aprovisionamiento sostenible, mediante programas que aseguren la trazabilidad del producto y la viabilidad de su obtención a largo plazo, con especial énfasis en la abolición de cualquier forma de trabajo infantil o forzado”

En el marco del compromiso 2020, y en relación a los aprovisionamientos, Natra ha concentrado sus esfuerzos en las materias primas principales. Éstas son, por orden de importancia económica, el cacao, los azúcares, los lácteos, los aceites y los frutos secos. De todas ellas, es el cacao la que marca la identidad de nuestra compañía.

Debido a que tanto los azúcares como los lácteos son productos muy reglamentados que se elaboran y adquieren en Europa, se decidió centrar la atención en el cacao, los aceites y los frutos secos.

Cacao

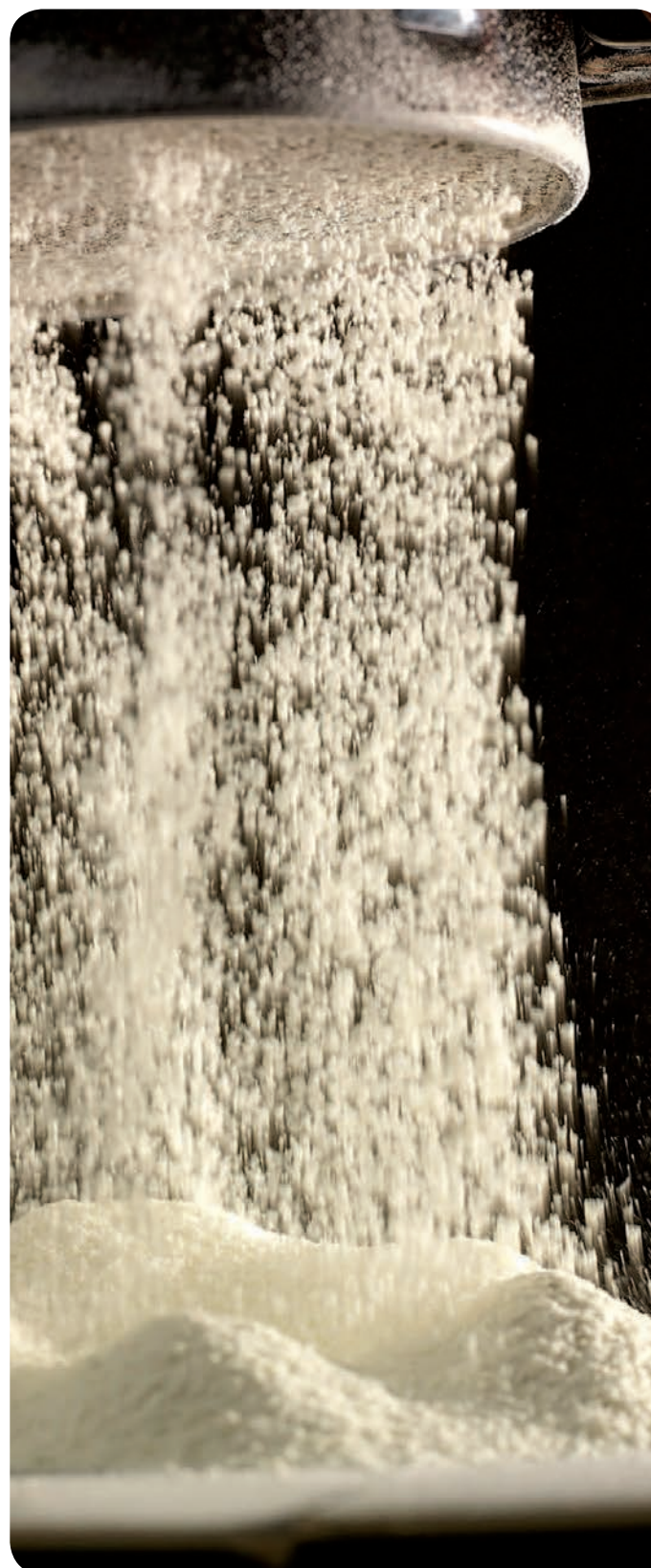


Cada vez son más los clientes y consumidores que piden que productos, como el cacao, sean cultivados de manera responsable. En esa línea, nuestro compromiso es adquirir cacao de calidad que sea cultivado y comercializado de forma ética, sostenible y responsable.

Con la finalidad de extremar la vigilancia para evitar abusos y malas prácticas, hace ya años que Natra exige a sus proveedores que certifiquen por escrito que el cacao suministrado ha sido producido con respeto a las convenciones de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), especialmente en aspectos como el trabajo forzoso, la libertad sindical, el derecho de sindicación y de negociación colectiva, la igualdad de remuneración o el trabajo infantil.

Natra es miembro de CAOBISCO, a través de las respectivas organizaciones nacionales, y de la *Federation of Cocoa Commerce*. Ambas asociaciones promueven foros en los que se tratan asuntos relevantes para el sector, lo que permite el intercambio de experiencias y el desarrollo e implantación de buenas prácticas.

También mantenemos relación continua con otras organizaciones que promueven la sostenibilidad del cultivo de cacao mediante la mejora de las condiciones de vida de los agricultores, sus familias y comunidades y la preservación del medio ambiente. En esa línea, Natra está registrada o es miembro, según el caso, de *Fairtrade International*, *UTZ Certified* y *Rainforest Alliance*. Son organizaciones sin ánimo de lucro que certifican que el cacao haya sido producido de acuerdo con requisitos tales como buenas prácticas agrícolas y de gestión, condiciones laborales sanas y seguras, abolición del trabajo infantil y protección de la naturaleza. Otro tipo de certificación es la del *cacao ecológico*, el cual ha sido producido en condiciones favorables para el medio ambiente, limitando, por ejemplo, el uso de fertilizantes y pesticidas.



Natra tiene firmado un acuerdo de aprovisionamiento con una cooperativa de Costa de Marfil que agrupa actualmente a 15.000 productores de cacao, si bien su número aumenta cada año. Nuestro compromiso es adquirir todo el cacao que produzcan bajo los requisitos de *UTZ Certified*. Los miembros de la cooperativa van convenciéndose de las ventajas de la certificación, entre las cuales ellos mismos mencionan el mejor precio, la formación continua que se les da, lo que les permitirá un mayor progreso en el futuro, y la mejora en la escolarización de sus hijos puesto que su asistencia regular a clase es uno de los puntos de cumplimiento obligado.

Nuestro compromiso 2020 es aumentar progresivamente la compra de cacao certificado hasta llegar al 100% en ese año.

En 2013 el cacao certificado ha supuesto el 9% del total y su distribución por sellos ha sido la siguiente:

- **Fairtrade, 1.3%** (57% del cual era ecológico también)
- **UTZ Certified, 3.3%** (8% del cual era ecológico también)
- **Ecológico, 4.0%**

La complejidad de la clasificación se debe a la demanda de nuestros clientes.

Como fruto de las acciones llevadas a cabo para promover la certificación entre las cooperativas de productores de cacao, nos complace informar que uno de nuestros suministradores de Camerún ha obtenido en 2013 la certificación *UTZ Certified* por primera vez.

Aunque el despegue parece lento, la certificación va siendo conocida entre las cooperativas de productores de cacao, por lo que creemos posible alcanzar nuestro objetivo del 100% en 2020.

Aceite de palma

No puede negarse que el crecimiento de la superficie dedicada al cultivo de la palma de aceite ha sido causa de deforestación en amplias zonas de algunos países productores, principalmente Indonesia.

Para detener ese efecto pernicioso surgió una iniciativa multilateral denominada *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)*, asociación sin ánimo de lucro que reúne a diversos actores en la cadena de valor (cultivadores de palma, fabricantes del aceite, distribuidores de productos que contienen derivados de la palma y ONGs de las áreas medioambiental o social) con el objetivo de promover la producción de aceite de palma con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Natra es miembro activo de esa organización y se compromete a consumir sólo aceite de palma procedente de plantaciones certificadas por RSPO.

Más del 95% del aceite de palma adquirido por Natra en 2013 procedía de cultivos certificados RSPO en Malasia o Indonesia. Confiamos en alcanzar el 100% ya en 2014.

Avellanas

Dado que Turquía es, con diferencia, el mayor productor mundial de avellanas, una gran proporción de las que compramos procede de ese país (por lo general, más del 90%).

Natra se complace en colaborar con *UTZ Certified* en el lanzamiento y desarrollo de una iniciativa para mejorar las condiciones de vida de los trabajadores de la avellana, haciendo énfasis en la escolarización de los niños que se desplazan con sus familiares durante la temporada de recolección. El asunto es complejo por lo que se cuenta con el apoyo del gobierno turco tanto a nivel estatal como local.

Natra participa también en un proyecto promovido por la OIT (Organización Internacional del Trabajo) para tratar la cuestión del trabajo infantil durante la recolección de la avellana turca. Durante 2013 se ha analizado la situación en Ordu (Turquía), en plena zona productora, y comenzado la labor de concienciación pública y ensayo de soluciones a pequeña escala con la intención de ampliar su alcance a lo largo de 2014.



El cuidado del medio ambiente

“Queremos contribuir a un entorno de mayor calidad y un medio ambiente más sano, mediante programas de control y reducción de consumos de agua y energía y de residuos de materias primas, envases y embalajes en cada una de las plantas productivas y sedes administrativas, alentando la adopción de tecnologías respetuosas con el medio ambiente”

Aún cuando la actividad de Natra se encuentra entre las menos contaminantes de la industria moderna, consideramos que la lucha contra el cambio climático requiere del compromiso de todos, y de ahí que el cuidado del medio ambiente sea una de las grandes líneas vertebradoras de nuestra responsabilidad social empresarial. En el marco del compromiso 2020 se establecieron objetivos en materia medioambiental encaminados al fomento del uso racional de los recursos naturales, la medición de la huella de carbono y el aprovechamiento de los residuos generados.

Con la vista puesta en los objetivos para el 2020, 2013 ha sido para nosotros el año de partida para fijar la referencia contra la cual medirnos en el futuro, y por tanto nuestros esfuerzos fueron dirigidos principalmente a:

- **Establecer y definir los indicadores medioambientales.**
- **Medir los indicadores seleccionados en cada una de las plantas.**
- **Identificar oportunidades de mejora.**

Después de analizar distintos protocolos y guías ambientales (GRI, DEFRA e IHOBE) se identificaron y trabajaron los siguientes grupos de indicadores: entradas de materiales, energía y agua, salidas de emisiones, vertidos y residuos, y huella de carbono. Dentro de cada grupo se definieron nuevos indicadores, los cuales fueron analizados en los distintos procesos de cada una de las plantas productivas de Natra. Finalmente obtuvimos los datos correspondientes al ejercicio 2012.

A continuación se adjuntan algunos de los datos más relevantes relativos al consumo de gas y de energía, y a la huella de carbono:

2012	Natra
Consumo de gas (m³)	3.762.929
Ratio consumo gas (m³/tonelada año)	19
Consumo de electricidad (kWh)	49.887.279
Ratio consumo de electricidad (kWh/tonelada año)	255
Emisiones CO ₂ (toneladas de CO ₂ equivalente)*	30.299
Ratio emisiones (toneladas de CO ₂ equivalente/tonelada año)	0,15
Emisiones CO ₂ evitadas (toneladas de CO ₂ equivalente)	1.780

* Incluidas las emisiones directas e indirectas, el transporte de las mercancías (se considera el transporte desde el proveedor a las plantas y de las plantas hasta el cliente) y los desplazamientos de todas las personas, tanto de ida/vuelta desde el hogar como por viaje de negocios.

Tal y como se puede ver en la última línea del cuadro anterior, nuestra contribución positiva al medio ambiente en términos de emisiones evitadas ha sido de **1.780 toneladas** de CO₂ equivalente. Este ahorro se debe a la existencia de una planta de cogeneración en Natra Cacao y a que contamos con paneles solares en Natra Malle.

Los resultados obtenidos a la fecha nos han permitido detectar varias áreas de mejora que serán analizadas en una fase posterior de cara a establecer objetivos más específicos.

El equipo Natra

“Condiciones laborales: aumento de la permanencia en la empresa mediante una formación que capacite y fomente la promoción interna y una política de contratación no discriminatoria a todos los niveles de la compañía. Las plantas productivas de Natra y sus sedes administrativas se encuentran actualmente en países desarrollados, pero si en el futuro Natra contara con una unidad en un país cuya legislación laboral pareciera insuficiente, será condición previa y necesaria el desarrollo de una normativa interna que supla las posibles carencias en materia de protección laboral”

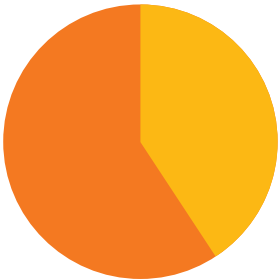


En un contexto económico complicado la dedicación, implicación y esfuerzo de nuestro equipo es clave. En Natra contamos con excelentes profesionales decididos a poner su conocimiento, experiencia, esfuerzo e iniciativa al servicio de nuestra organización.

Natra cuenta en el ejercicio 2013 con una plantilla de 1.015 profesionales, repartidos entre Europa, América y Asia. El 41% de la plantilla son mujeres y el 59% hombres.

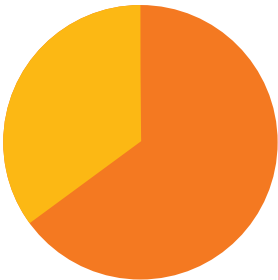
Plantilla por sexo

Hombres: 59%
Mujeres: 41%



Empleados por categorías profesionales

Operarios y Supervisores de producción: 65%
Directivos, Managers, Administración, Comercial y Técnicos: 35%



En el marco de nuestro compromiso 2020 en materia de RR.HH y en un contexto de internacionalización, los objetivos se han orientado a homogeneizar políticas e indicadores de medición y seguimiento, y a mantener o mejorar nuestros ratios de permanencia en la compañía.

Construyendo un marco de políticas comunes

Uno de los grandes retos en las empresas internacionales está en el establecimiento progresivo de políticas que, en las diferentes áreas de la compañía, otorgue un marco común corporativo que, sin quitar autonomía a las plantas, armonice criterios. Facilitando así el establecimiento de objetivos comunes, la medición y el seguimiento.

En esta línea, se está trabajando en la unificación, homogeneización e implementación de criterios marco en las áreas de compensación, beneficios y comunicación. El objetivo es que haya una mayor adecuación a los requerimientos actuales del mercado, más exigente y que está más alineado con los objetivos de todo el grupo.

Por otro lado, en materia de movilidad internacional, hemos establecido los criterios y procedimientos para nuestro personal expatriado, determinando y definiendo sus responsabilidades y tareas en el proceso, estableciendo las condiciones salariales, de compensación, los criterios de duración, etc.

Consecuencia del esfuerzo anterior, se han diseñado las estructuras organizativas de las divisiones de consumo e industrial, en base a criterios de organización de negocio, clientes, canales de venta y área geográfica.



Indicadores laborales de salud, seguridad y formación

Conscientes de las dificultades que se presentan en una compañía con carácter internacional a la hora de establecer criterios, definiciones, objetivos o indicadores comunes, hemos establecido indicadores para todas las plantas en dos de las áreas prioritarias, la formación y la salud y seguridad laboral. Cada año se irán incorporando indicadores nuevos.

Estos KPIs miden la inversión en formación, las horas planificadas en formación para las diferentes categorías profesionales, el número de accidentes con baja, así como el establecimiento de un procedimiento en caso de accidente.

Para desarrollar el equipo humano, Natra está apoyando diferentes programas de formación en un abanico que va de las habilidades de gestión hasta el conocimiento técnico para diferentes tipos de colectivos en la compañía, haciendo especial hincapié en el área de seguridad y salud.

Asimismo, tenemos unos programas específicos de acogida para las nuevas incorporaciones de técnicos especialistas y managers en los que participan todos los centros de trabajo que tienen relación con el nuevo colaborador. Con el fin de reforzar este programa, para el próximo ejercicio se quiere desarrollar un manual de acogida corporativo.

Otra iniciativa que se ha puesto en marcha como práctica común es el uso prioritario de dispositivos de videoconferencia en las reuniones y sesiones de formación, siempre que sea posible, evitando gastos de viaje y tiempo personal, facilitando de una manera más multicultural de trabajo.

Por último indicar que, en relación a la gestión de la prevención de riesgos laborales, cada una de nuestras plantas se ajusta a la legislación aplicable en cada país, con sistemas de gestión propios o certificados, como nuestra planta en Valencia con la OHSAS 18001, y en todas se desarrollan numerosas actividades de formación y sensibilización.



Ratio de permanencia

Con respecto a la rotación de empleados, continuamos manteniendo ratios de permanencia elevados, con un ratio de rotación global en torno al 1% en el año 2013.

Para los próximos ejercicios continuaremos trabajando tanto en la consolidación de indicadores comunes en materia laboral de salud, seguridad y formación como en la definición de otros nuevos indicadores; seguiremos avanzando en la homogenización de políticas y; en el mantenimiento y mejora de nuestros ratios de permanencia.

Interés por la Comunidad

“Extensión de la responsabilidad de la empresa para con sus proveedores, clientes, consumidores, y comunidades vinculadas con nuestro ámbito de actuación”



La preocupación por la sociedad se hace presente en nuestra compañía a través de diferentes vías, mediante las cuales podemos colaborar en el desarrollo y prosperidad de las regiones donde operamos.

Por un lado, somos conscientes de las dificultades socio económicas que atraviesan muchos de los países productores del cacao, por lo que Natra continúa colaborando con el Centro Amigó Doumé de Abidjan, capital de Costa de Marfil, primer país productor de cacao en el mundo y donde se encuentran nuestros principales proveedores. El Centro Amigó Doumé es un proyecto gestionado por la Fundación Amigó, una organización sin ánimo de lucro, que trabaja en la intervención socio-educativa en favor de los niños, adolescentes y jóvenes y con sus familias, en situación de inadaptación y/o exclusión social, especialmente con problemas de conducta.

Asimismo, desde Natra contribuimos al desarrollo socio económico de nuestros principales proveedores de cacao a través de la promoción de la certificación UTZ, como se ha descrito en el capítulo de Aprovisionamientos.



Por otra parte, Natra se ha comprometido a establecer una colaboración continuada con los bancos de alimentos locales y promover acciones de patrocinio vinculados al deporte y la vida sana.

En este sentido, durante el año 2013 hemos entregado al Banco de Alimentos un total de 21,5 toneladas de producto de nuestras fábricas de Oñati en España y Malle en Bélgica. En ocasiones y en menor medida, también se ha hecho entrega de producto para apoyar eventos locales o eventos deportivos.

En relación a los patrocinios, continuamos colaborando con el Club Deportivo Aloña Mendi K.E. equipo de baloncesto Natra Oñati.

Otras iniciativas sociales

La catástrofe que se produjo en Filipinas por el Tifón Haiyan afectó a 14,1 millones de personas, de las cuales 4,1 eran desplazados, entre ellos 1,7 niños (fuente Unicef). Natra hizo un llamamiento a todos los empleados a sumarse a la aportación económica que la empresa realizó a Cruz Roja.

En los próximos años continuaremos incentivando las actividades deportivas, colaborando con los bancos de alimentos y con la Fundación Amigó en sus actividades de Costa de Marfil.

Nutrición saludable



“Impulso a la búsqueda y empleo de ingredientes cada vez más saludables de acuerdo con los avances en el conocimiento de la nutrición humana”

Nutrición y bienestar

El bienestar nutricional se logra a través de una dieta saludable y equilibrada. Ésta se consigue combinando los alimentos de forma efectiva para ingerir los nutrientes necesarios de acuerdo con la edad, el sexo, el nivel de actividad física, etc.

En relación al consumo de chocolate, recientes estudios científicos destacan que, además de sus propiedades energéticas, el chocolate tiene efectos beneficiosos para el sistema circulatorio ya que, al facilitar la vasodilatación, ayuda a reducir la presión sanguínea, disminuyendo el riesgo de padecer infarto cerebral o de miocardio. Otros estudios atribuyen al chocolate efectos adicionales como antitumígeno, estimulador cerebral e incluso como coadyuvante en la prevención del cáncer. Sin embargo, el consumo diario de chocolate debe ir acompañado, entre otras cosas, del consumo de frutas y verduras y la práctica regular de ejercicio físico.

En Natra queremos ofrecer al cliente y consumidor alternativas de productos que cumplan con sus preferencias nutricionales, de salud y de bienestar. En esa línea, en el marco del compromiso 2020, impulsamos iniciativas para promover y fomentar la nutrición y estilos de vida saludables.

Así, durante el año 2013, hemos avanzado en el desarrollo de productos de chocolate sin azúcares añadidos. En otros se sustituyó la lecitina de soja por lecitina de girasol para reducir el riesgo de alérgenos. Para los más pequeños se han presentado barritas de cereales con yogurt y trozos de fresa. También para niños y países con baja exposición solar se han enriquecido chocolates con calcio y fósforo. Hemos desarrollado un chocolate ligero, que reduce la cantidad de calorías por porción, y añadido trocitos de fruta a las tabletas de chocolate. Finalmente, se han elaborado cremas untables y barritas sin aceite de palma.

Los compromisos de Natra para mejorar las características nutricionales de nuestra gama de productos se centran en:

- Eliminar grasas trans que pueden implicar un mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares. En 2013, se han reducido significativamente las grasas hidrogenadas. Como consecuencia, menos del 1% de nuestras recetas contienen grasas hidrogenadas.
- Reducir el contenido de sal por su alta correlación con una mayor presión sanguínea. Los niveles de sal son actualmente muy bajos, inferiores al 0,2%.
- Sustituir aromas artificiales por aromas 100% naturales y evitar el uso de colorantes artificiales para evitar reacciones alérgicas. Más del 50% de todos los aromas en Natra son ahora naturales, cantidad que aumentará aún más en 2014.

En cuanto a la promoción de estilos de vida saludable, en Natra Cacao se ha promovido el consumo de frutas y vegetales frescos en el restaurante de la empresa.

Seguridad alimentaria

Garantizar la máxima seguridad alimentaria en todos nuestros productos es fundamental en nuestra actividad. Nuestra organización se encuentra preparada para satisfacer las crecientes exigencias de los clientes de cualquier parte del mundo.

El compromiso de Natra con la seguridad alimentaria queda avalado por las certificaciones IFS y BRC en todas las plantas de producción de la división de producto de consumo y por las ISO 22000 y FSSC 22000 en la división de producto industrial.



Edificio Master's I
Avda. General Perón, 38, 5º
28020 Madrid, España
Tel. +34 914 178 868
www.natra.es

