



CONECTANDO EMPRESAS CON ODS



REXONA: UNA ALIANZA PARA HACER EL BIEN



Objetivo

Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades



ODS Conexos:

ODS 17 Alianzas para Lograr los Objetivos



Tipo de Iniciativa

Acción
Proyecto
Programa



Localización:

- Alcance Nacional

METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

Meta 3.3. Poner fin a las enfermedades transmisibles.



Palabras Clave:

*"Emergencia Sanitaria" "Salud y Bienestar"
"Lucha contra epidemias" "Lucha contra la
pandemia!"*

RESUMEN EJECUTIVO

Frente a la emergencia sanitaria, Unilever Argentina desarrolló una estrategia de acción conjunta con diversos actores que le permitió responder a las necesidades más urgentes con un producto esencial: generó en tiempo récord una nueva línea de producción nacional de sanitizantes para su marca Rexona. Además, identificando partners estratégicos de distintos niveles: otras empresas, PyMEs de su cadena de valor, organizaciones no gubernamentales, gobiernos locales y el compromiso de sus colaboradores, que asumieron este desafío como propio, Unilever generó empleo en un período en donde los puestos laborales estuvieron amenazados.



DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA



Frente a la emergencia sanitaria, Unilever Argentina desarrolló una estrategia de acción conjunta con diversos actores que le permitió responder a las necesidades más urgentes con un producto esencial: generó en tiempo récord una nueva línea de producción nacional de sanitizantes para su marca Rexona.

El trabajo articulado permitió a la compañía alcanzar tres objetivos:

1. Desarrollar un producto nuevo que responda a las necesidades del contexto: instaló en menos de un mes una línea automática de producción para la elaboración de sanitizantes. Desde que ideó el producto hasta su llegada al punto de venta pasaron poco más de 30 días, cuando un proyecto de esta envergadura suele requerir alrededor de nueve meses.
2. Ampliar el acceso a un bien esencial en un momento crítico: una vez listo el sanitizante, Unilever activó múltiples alianzas para reforzar su aporte en un contexto tan difícil haciendo llegar este producto allí donde más lo necesitaban.
3. Profundizar la cultura interna: a través de una acción conjunta con sus colaboradores que hicieron llegar unidades de sanitizante a las escuelas de sus hijos. Esta iniciativa le otorgó coherencia interna a una acción de alto impacto, contribuyendo a reforzar el sentido de pertenencia de los empleados, dándoles la posibilidad de transformarse en agentes de cambio en su comunidad.

Para lograr estos objetivos, la empresa trabajó en la generación de alianzas, con una mirada profunda en su

cadena de valor, reforzando el trabajo que hace tiempo viene desarrollando con las PyMES para potenciarlas en su desarrollo. Así, decidió que esta nueva línea de producción fuera elaborada por una pequeña y mediana empresa: Cadec Automatización. Los formatos alcohol en gel y aerosol se desarrollan en la planta de Unilever en Tortuguitas y los formatos spray y splash, también se fabrican a través de proveedores PyME: Syntaric y ESME.

Una vez en el mercado, este producto que nació en plena pandemia fue el eje de una campaña de bien público realizada en alianza entre ocho compañías. Así, con el objetivo de llegar con los sanitizantes a quienes más lo necesitan, Unilever unió esfuerzos con CCU - compañía multicategoría de bebidas - y con seis PyMES que forman parte de su proceso productivo, para elaborar 50.000 unidades de alcohol en gel que fueron donadas a Cruz Roja Argentina para distintas acciones de prevención y promoción de higiene en barrios y zonas vulnerables del país.

La magnitud de esta colaboración se manifiesta en el aporte de la materias primas y servicios que hicieron posible el resultado final: Dalgas aportó con compuestos químicos, como la glicerina; Alpla con las botellas; América Tampus con las tapas; Baumgarten, las etiquetas; Zucamor hace efectiva la donación de las cajas para su traslado y, por último, Transporte Calico donó el transporte al centro de recepción de Cruz Roja Argentina.

En tanto, la sinergia con gobiernos locales permitió que este producto pudiera estar presente en distintos puntos estratégicos para la lucha contra el COVID 19. Se trabajó con el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires para hacer llegar 80 mil alcoholes a barrios vulnerables y 100 mil unidades al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para todos los vacunatorios. También se hicieron llegar 30 mil sanitizantes a las comunidades donde Unilever opera en la provincia de Buenos Aires, los municipios de Pilar y Malvinas Argentinas.

En el marco de una vuelta a clases distinta, con nuevos protocolos y medidas de higiene, Unilever entendió que era una oportunidad para estar presente y acercar este nuevo producto a distintos establecimientos educativos del país. Para esto, desarrolló la iniciativa "Rexona no te abandona en la vuelta a la escuela" y estableció una red con distintos niveles de gobiernos locales. Así, logró distribuir 29.600 unidades de esta nueva línea de sanitizantes, alcanzando 584 escuelas en 169 ciudades y 13 barrios de CABA.

Además del trabajo con actores externos, la compañía decidió hacer parte de este proyecto a sus colaboradores quienes hicieron de nexo en sus comunidades y, a través de las escuelas de sus hijos, ofrecieron y acercaron estas donaciones a otros establecimientos educativos: el 80% de los empleados de Unilever con hijos en edad escolar participaron de la iniciativa.



Contribución de la iniciativa al ODS correspondiente

USO DE INDICADORES DE GESTIÓN Y RESULTADO

En 2021 realizamos donaciones de 100.000 unidades de alcohol en gel a vacunatorios CABA, 85.000 unidades a Escuelas de la Provincia de Buenos Aires, 4.000 unidades a recicladores urbanos, 300.000 unidades a los centros en donde se llevarán a cabo las elecciones y 30.000 unidades a las comunidades donde operamos

A través de la campaña “Rexona no te abandona en la vuelta a la escuela”, se donaron 29600 unidades de alcohol en gel, alcanzando 584 escuelas en 169 ciudades y 13 barrios de CABA.

A nivel interno, participaron de la campaña “Rexona no te abandona en la vuelta a la escuela” el 80% de los empleados de Unilever con hijos en edad escolar.



“ Frente a la emergencia sanitaria, **Unilever Argentina** desarrolló una estrategia de acción conjunta con diversos actores que le permitió responder a las necesidades más urgentes con un producto esencial.

Alianzas Estratégicas

- *Privadas (Cadena de valor/Empresa par)*
- *Sector Público*
- *Organizaciones de la sociedad civil*

Cadec Automatización, CCU, Syntaric y ESME, Cruz Roja Argentina, Dalgar, Alpla, América Tampas, Baumgarten, Zucamor, Transporte Calico, municipios de Pilar y Malvinas Argentinas, Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Cadena de Valor

La nueva línea fue producida por una PyME: Cadec Automatización. Los formatos alcohol en gel y aerosol se desarrollaron en la planta de Unilever en Tortuguitas; los formatos spray y splash, se fabricaron a través de proveedores PyME: Syntaric y ESME; Dalgar aportó con compuestos químicos, como la glicerina; Alpla, las botellas; América Tampas, las tapas; Baumgarten, las etiquetas; Zucamor donó las cajas para su traslado y, por último, Transporte Calico donó el transporte al centro de recepción de Cruz Roja Argentina.

Anexo



+ +

UNA ALIANZA PARA HACER EL BIEN

Nos unimos para producir y donar **50.000 unidades** de alcohol en gel a **CRUZ ROJA ARGENTINA** destinadas a distintas acciones de prevención y promoción de higiene en barrios y zonas vulnerables del país.

Tapas
America Tampus

Etiqueta
Baumgarten

Glicerina
Dalgar

Producción
Unilever

Botella
Alpla

Cajas
Cartocor

Alcohol
CCU

Logística
Calico

Cada una de las compañías aportó su materia prima o servicio para hacer posible esta donación.

NOS SEGUIMOS MOVIENDO NOS SEGUIMOS CUIDANDO

En la vuelta a clases, Rexona no te abandona. Esta es la respuesta a la campaña de donación de alcohol en gel a las escuelas de los hijos e hijas de las personas que trabajan en Unilever.

+30.900
unidades de alcohol en gel donadas

620
personas participaron

+580
escuelas

+160
ciudades alcanzadas

ALGUNAS REACCIONES

"La institución está muy agradecida con el gesto de cuidar a los peques en sus burbujas!"

"Muchas gracias por acompañar al cole en estos tiempos."

"La donación llegó en el mejor momento posible, estaban pidiendo la colaboración de los padres."

"En la escuela le dieron el alcohol a los profes y a los que están más expuestos. Quedaron muy contentos."

¡GRACIAS!



Esta iniciativa se presentó en el marco del programa
"Conectando Empresas con ODS" desarrollado por
CEADS en alianza con EY Argentina.

COPYRIGHT 2021