


METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA:  **12.5** Para 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización **12.6** Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes

Resumen Ejecutivo

El propósito de Unilever como compañía es hacer de la vida sustentable algo cotidiano. Por eso, a fines de 2010 publicamos el Plan de Vida Sustentable de Unilever, que transforma nuestra manera de hacer negocios y coloca a la sustentabilidad en el centro de todo lo que hacemos.

Nuestra visión es hacer crecer nuestro negocio a la vez que reducimos nuestra huella ambiental y aumentamos nuestro impacto social positivo. El Plan de Vida Sustentable de Unilever es nuestra agenda de negocio, que contribuye a impulsar el crecimiento rentable, ahorrar costos y promover la innovación, con compromisos concretos que abarcan nuestro desempeño de triple impacto: social, ambiental y económico.

La integración de la sustentabilidad en el corazón de nuestras marcas y de nuestro modelo de negocio, fortalece nuestra cadena de valor, inspira a nuestros consumidores e impulsa las ventas.



Objetivo:
GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES.

#ODSConexo:

ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico **ODS 9** Industria, Innovación e Infraestructura **ODS 17** Alianzas para cumplir los objetivos

#PalabrasClave: "Cadena de valor", "Producción sustentable", "Reducción de CO2", "Prácticas Empresariales Sostenibles", "Gestión racional de desechos".

Descripción

• Antecedentes

En 2015, nuestro equipo de Visibilidad del departamento de Ventas en la Argentina implementa un sistema de medición específico (LCA Calculator) para conocer las emisiones de carbono de los materiales de punto de venta (POP). Una vez obtenidos los resultados, se decide reemplazar las materias primas de estos exhibidores, y se descubre que al **reemplazar el poliestireno de alto impacto por plástico corrugado reciclable** (hecho de materiales reciclados) **o cartón, sería posible reducir nuestra huella de carbono en el punto de venta al tiempo que se reducirían nuestros costos.**

• Barreras encontradas para el desarrollo de las acciones

Existían dos obstáculos que dificultaban su implementación: por un lado, este material no se producía en el país, e importarlo resultaba muy costoso. Por otro lado, los proveedores

locales no utilizaban este material, por lo que debían adaptar su trabajo a la nueva propuesta. En estrecha colaboración con nuestros proveedores locales, el equipo ingresó una muestra del exterior, adquirió los materiales necesarios en el país y trabajó con cada uno para la incorporación de esta materia prima en su proceso productivo.

• Contribución de la iniciativa al ODS y su proyección en tiempo

El proyecto consiste en un diseño innovador de nuestros sistemas de exhibición en puntos de venta que, al utilizar material reciclable, contribuye directamente al objetivo de prevención y reducción de desechos. Además trabajamos en el diseño de nuevos materiales, como la reutilización de las placas recicladas T-plak (realizadas con laminado de descarte de nuestra propia manufactura) para la producción de elementos de exhibición, el armado de stands y diferentes usos. Todo ello aporta directamente al cumplimiento del ODS 12.5 y en línea a las prioridades que se han fijado a nivel nacional.

En 2017 trabajamos con **Euca plack**, un material nuevo, compuesto por madera de eucaliptus de hojas de poda y raleo. Su origen es sustentable y al ser renovable, reciclable y biodegradable nos permite llegar a los puntos de venta con sistemas de exhibición 100% sostenibles, promoviendo un impacto social positivo. En línea con el **Plan de Vida Sustentable de Unilever**, el uso de este nuevo material generará una reducción del 92% de las emisiones de CO2, contribuyendo no solamente a nuestro pilar de reducir el impacto ambiental a la mitad, sino también al reciclado y a la reutilización que plantea el ODS #12 en su quinta meta.

Garantizar modalidades de producción sostenibles:

- Redujimos 40.677.613 Kg de CO2 desde el piloto de 2015.
- Al tratarse de un material más liviano y manejable ahorramos grandes cantidades de CO2 derivadas del transporte de exhibidores desde y hacia los puntos de venta.
- Alineamos estas credenciales con un programa sostenible: LCA Calculator (software de medición de huella de carbono instantánea para una solución de diseño sostenible).

A finales de 2016, **los materiales que forman parte del proyecto habían sido implementados en el 100% de nuestros clientes en la Argentina**, un total de 4.000 tiendas, y **se habían ahorrado 49.557 toneladas de CO2, así como €1,354 millones del presupuesto durante 2016.**

El proyecto apostó al desarrollo de proveedores locales, quienes lograron una mejora en sus procesos productivos tanto en su impacto ambiental, como en cuanto a su rentabilidad, dejándoles una capacidad instalada para su propio crecimiento.

Además, gracias al cambio de PSAI a corrugado plástico o cartón se lograron menores costos y mayor rentabilidad, **el reemplazo permitió ahorrar €1,7 millones, desde el piloto hasta fines de 2016.** Este proyecto es un claro ejemplo de cómo la sustentabilidad es buen negocio.

• Link

<https://www.unilever.com.ar/sustainable-living>

 Meta de Prioridad Nacional. Informe Voluntario Nacional 2017.



• Anexo

Sistemas de exhibición sustentables - En imágenes

