

COMPROMETIDOS
CON LOS  **ODS** 



Datos Generales

Categoría 2.1 - Campaña General de Sustentabilidad

Edición: Argentina

Empresa: Grupo Paolini (*razón social Paolini Hnos. S.A.*)

Título del programa: Comprometidos con los ODS

Departamentos Involucrados: GP Experiencias - Programa de Sostenibilidad, Dpto. de Comunicación y Dpto. de Seguridad, Higiene, Ambiente y Calidad de Grupo Paolini.

Responsables: Agustina Paolini, Directora; Lic. María Virginia Pesek, Gerente de Comunicación; Ing. Horacio Ambrosini, Gerente de Higiene, Seguridad, Ambiente y Calidad

Introducción

Hace más de 60 años nace la empresa familiar Paolini Hnos., en Lobos, provincia de Buenos Aires. Luego de muchos años de trabajo, y de nuevas unidades de negocio, se consolida en 2020 el Grupo Paolini: un grupo de empresas compuesto por una constructora vial, una minera que fabrica piedra caliza para cemento, un estudio de arquitectura y una finca agroindustrial que produce oliva para aceite y aceituna de mesa, y uvas para pasas. **Hoy somos casi 1000 personas presentes en 4 provincias, distribuidas en 14 proyectos.**

Entendemos que nuestra actividad tiene un gran impacto y eso representa una **gran responsabilidad**. Somos miembros activos de instituciones del sector, y queremos ser promotores de cambio. Los valores del Grupo son *+colaborativos, +digitales y +sostenibles, trabajando con mejora continua y foco en las personas para construir futuro.*

Desarrollamos el programa **«Comprometidos con los ODS»** para **garantizar que nuestro impacto sea positivo**, dar el puntapié inicial y contagiar a las empresas del sector.



Tomando como hoja de ruta los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por las Naciones Unidas, nos propusimos llegar a **ser neutros en nuestras emisiones de carbono para 2030**, contando con obradores sostenibles, una nueva unidad de negocios con foco en la sostenibilidad, y con conciencia ambiental y compromiso en el 100% de nuestro universo interno.

Para alcanzar estos objetivos a largo plazo, desarrollamos un plan que comenzó a implementarse en Febrero 2022, focalizándonos en una primera etapa en el **ODS número 12, Producción y Consumo Responsables**. Establecimos 3 ejes de trabajo: **Camino al Plástico Cero, Consumo Responsable de Papel y Potenciando Nuestros Suelos**. Planteamos objetivos a cumplir a fin de 2022, a fin de 2023, y ampliamos a más demás ODS a mediano y largo plazo.



Propuesta de la campaña

El objetivo de esta campaña inicial era **dar a conocer en el 100% de nuestro universo interno** el Compromiso con los ODS que estaba asumiendo la organización, y **cuáles eran los primeros pasos** que debíamos dar para ser más sostenibles. Establecimos los 3 ejes de trabajo mencionados anteriormente considerándolos desafiantes pero alcanzables, entendiendo que podríamos comenzar el camino de educación con acciones más sencillas.

Nos propusimos en esta primera etapa **reducir la cantidad de plástico** que utilizamos, reemplazando por opciones reutilizables o biodegradables; **reducir y compensar la cantidad de papel** en impresiones; y **reducir residuos y potenciar los suelos** en donde operamos desarrollando composteras, instalando huertas y plantando árboles autóctonos.

Este primer año de trabajo sería la base para poder comenzar a medir la huella de carbono, desarrollar así un plan más intensivo de reducción de las emisiones, de compensación de lo emitido y trabajar para alcanzar la neutralidad.

Si bien el foco principal de la campaña fueron los 3 ejes vinculados al objetivo número 12, desarrollamos comunicaciones bajo el mismo lema de “Comprometidos con los ODS” vinculados a la **igualdad de género, respeto a la diversidad, seguridad laboral, salud y bienestar, apoyo a la educación de calidad, inclusión de energías renovables, cuidado del agua y del planeta**, entre otras acciones llevadas adelante por el Grupo.

Públicos

El target principal de la campaña fueron **nuestros colaboradores** internos, miembros de las cuatro empresas del Grupo. Necesitábamos que conocieran los compromisos asumidos, entendieran la importancia de llevarlos adelante, y se comprometieran a colaborar para alcanzarlos. Necesitábamos que los tomaran como propios. Es un público muy diverso compuesto por personas que operan equipos viales, cosechan aceitunas, desarrollan tareas administrativas, diseñan, planifican, gestionan, o lideran.

El target secundario fueron los **stakeholders** de la compañía, y el **público en general**. Es importante para nuestros clientes y proveedores saber que se vinculan con una empresa con conciencia ambiental. Del mismo modo, estamos en búsqueda constante de talentos que quieran pertenecer al equipo de trabajo, y conocer nuestras acciones en materia de cuidado del ambiente es fundamental para elegirnos.

Ejecución del Plan

Apoyados en el equipo de la Gerencia de Seguridad, Higiene y Ambiente, planteamos un **cronograma de trabajo y una serie de tácticas** para alcanzar cada uno de los objetivos para 2022. Desarrollamos un **“Comité ODS”** conformado por al menos un miembro de cada sede del Grupo, que pudiera ser el responsable de que las acciones se cumplan en su espacio de

trabajo. Se desarrollaron reuniones periódicas, presentando avances, problemas y posibles soluciones.

Trabajando con un espacio colaborativo utilizando la herramienta Miró, se compartió el cronograma, un tablero de control para cada sede, lugar de lluvia de ideas, y material de comunicación para compartir.

Comenzamos el año difundiendo la importancia de cuidar el ambiente, el impacto que podemos hacer como organización y los objetivos planteados para 2022. Se establecieron **iconos** que representaban cada uno de los ejes, de modo que cuando compartiéramos una acción a realizar, se pudiera identificar rápidamente a qué eje estaba contribuyendo.

Durante **abril y mayo** trabajamos en el objetivo de **Camino al Plástico Cero**, compartiendo las razones y beneficios de reducir el consumo, explicando cómo realizar la separación de residuos y el reciclaje, eliminando tachos personales debajo del escritorio e instalando tachos de basura diferenciados en todas las sedes. Se abordó el objetivo con charlas en la sede, acciones, flyers y videos por whatsApp, afiches colocados en los obradores, y encuentros virtuales. Del mismo modo, la empresa invirtió en tazas, jarros térmicos y set de cubiertos para cada miembro, reemplazando así el consumo de descartables.

En **junio y julio** focalizamos en la **reducción de residuos orgánicos a través de la implementación de composteras**. Explicamos a través de material audiovisual, gráfico, charlas y capacitaciones, las razones y beneficios, cómo armar y cuidar la compostera, qué sí y qué no puede compostarse, y los problemas más frecuentes y sus soluciones.

Durante **agosto y septiembre** trabajamos fuertemente el objetivo de reducción de papel, en donde establecimos tips para la reducción, realizamos campañas de digitalización y aprovechamiento de la herramienta Google Workspace, redujimos el uso de impresoras personales e implementamos grupales, y concientizamos sobre el reciclado de papel.

En los meses finales del año fortalecimos la comunicación en todos los ejes de manera alternada, dando foco en aquello que aún requería más esfuerzo para alcanzar los objetivos planteados.

Durante el año **también realizamos acciones y concientización sobre otros ODS** no relacionados con el 12, que fueron también identificados como parte del programa e incluidos en nuestro plan de sostenibilidad.

En lo transcurrido del 2023 hemos realizado una campaña por el Mes del Compostaje, desarrollado el cronograma 2023, actualizado el Comité ODS dentro del Grupo, comenzado con las reuniones y focalizado los primeros esfuerzos en reducir los plásticos.

Canales de comunicación utilizados

El 80% de nuestros colaboradores son operarios que no se encuentran en oficinas ni utilizan computadora. Esto nos llevó a tener que considerar qué canales utilizar para llegar a todo el universo.

- **WhatsApp:** contamos con grupos de WhatsApp para cada sede en los que forman parte todos los miembros. Del mismo modo, al tenerlos como contactos podríamos aprovechar los estados de WhatsApp. Enviamos videos, flyers, tips, niveles de avance, etc.
- **Intranet:** en nuestro espacio llamado GPS compartimos los avances, junto con material de capacitación sobre sostenibilidad.
- **Newsletter:** desarrollamos un boletín digital informativo mensual. En el mismo compartimos todos los avances y convocatorias en material de ODS.
- **Ciclo de Charlas:** Este espacio se trata de una charla por meet transmitida a toda la organización, que queda grabada y se comparte, en donde se presentaron los objetivos y las acciones a desarrollar.
- **Capacitaciones virtuales:** se desarrollaron capacitaciones por Meet con diversos públicos: gerentes, jefes de obra y de cantera, miembros del comité ODS, colaboradores por sede.
- **Carteleras:** Se enviaron a todas las sedes afiches y piezas de comunicación concernientes a la campaña, que fueron colocados en lugares estratégicos del obrador que favoreciera la lectura.
- **Acciones en obra:** realizamos charlas informativas, demostraciones, capacitaciones con expertos en compostaje. Mostramos también videos en pantallas grandes.
- **LinkedIn:** Compartimos material de comunicación para públicos externos en nuestras páginas de empresa de esta red.
- **Sitio Web:** dedicamos espacios en nuestras páginas web para compartir nuestro compromiso y avances.
- **Eventos corporativos:** compartimos un video y mensaje vinculado a los avances en el programa en el #DíaPaolini, nuestro festejo de cierre de año a que asiste el 100% de la organización.
- **Participación en Instituciones:** Participación activa en en la Cámara Argentina de la Construcción: presentación del programa y acciones desarrolladas, fundación de la mesa de trabajo de ODS, creación del eje sustentabilidad como pilar fundamental de CAMARCO Joven, exposición en Summits desarrollados, y charlas informativas del sector.

Resultados/evaluación

Desarrollamos en el mes de noviembre una encuesta de clima organizacional, llevada adelante por la consultora Barreto y Asociados, en donde consultamos el grado de conocimiento que tenían nuestros colaboradores respecto al compromiso ambiental. El resultado dió que **el 82% de la empresa considera al GP como una organización con**

compromiso en el cuidado del ambiente. Creemos que es un resultado extraordinario considerando que llevamos solamente un año de campaña comunicacional. Posterior a este sondeo tuvimos el #DíaPaolini en donde el 100% de nuestro público vio el video de cierre del programa ODS 2022 y escuchó unas palabras al respecto por parte del CEO del Grupo.

Con la campaña **logramos alcanzar los objetivos planteados para 2022:**

- Redujimos en un 50% a nivel Grupo Paolini la utilización de papel en impresiones. Esto equivale a 237 resmas.
- Reciclamos el 100% de las botellas plásticas que se utilizaron en las sedes. **Esto equivale a más de 215.000 botellas.**
- Pudimos realizar donaciones de papel y tapitas plásticas al **Hospital Infantil de Córdoba y Hospital Pediátrico NOTT** de Mendoza.
- Reemplazamos el 70% de los vasos, platos, cubiertos y recipientes descartables hechos de plástico por una opción sostenible. **Son más de 500.000 descartables que fueron evitados.**
- **Redujimos en un 100% los plásticos de los regalos empresariales.** Asimismo, entregamos bolsas reutilizables y desarrollamos bolsas para envíos con material biodegradable, reemplazando el 100% de embalajes plásticos.
- Contamos composteras en el 80% de nuestras sedes.
- Realizamos campañas sobre **igualdad de género, salud y bienestar, educación de calidad, energías renovables, cuidado del agua y seguridad en el trabajo.**

Del mismo modo, comenzamos a transitar el camino para cumplir los objetivos 2023:

- Para fines de 2023 **ser neutros en nuestro consumo de árboles para papel** (plantar la misma cantidad de árboles que usamos en formato papel)
- Para fines de 2023 **reducir en un 50% el uso de botellas plásticas en las sedes.**
- Para fines de 2023 haber generado conciencia sobre la importancia de reducir el uso de plásticos en el 100% del universo de Grupo Paolini.
- Para fines de 2023 diseñar y desarrollar en el 70% de nuestras sedes un espacio de huerta/árboles frutales - autóctonos.
- Comenzar con la medición de la huella de carbono en al menos 2 sedes del Grupo.

Seguiremos trabajando fuertemente para estar **cada vez más Comprometidos con los ODS.**