

Eikon 2017 Categoría 2-4
SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL



TITULO DEL PROGRAMA

Reusar, reciclar, reducir:

Retornabilidad, la opción más sustentable.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN

Cervecería y Maltería Quilmes

DEPARTAMENTO O ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN

Asuntos Corporativos de Cervecería y Maltería Quilmes
y Alurrade, Jasper + Asoc. y Magnetica Films

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Juan Mitjans, Vanesa Vazquez y Mercedes Bressa
de Cervecería y Maltería Quilmes; Mariana Jasper
y Federico Bugallo de Alurrade Jasper + Asoc.

Un tweet que identifique y defina el propósito del Programa:

¿Sabías que las botellas retornables producidas de vidrio reciclado
se pueden reusar 29 veces y son 100% reciclables?

#ElegíRetornable

Introducción

Acerca de Cervecería y Maltería Quilmes



La Compañía tiene una dotación de 5.719 empleados directos en toda la Argentina, además de 10 plantas productivas incluyendo cervecerías y plantas de gaseosas, una maltería, nueve oficinas de venta directa y nueve centros de distribución. Además, cuenta con una red de más de 190 distribuidores independientes. Inversiones por 26.870 millones de pesos para el período 2016-2020, exportaciones a 25 países y un Programa de Global Management Trainees (GMT's) en el cual se han presentado más de 225.000 postulantes desde 1991, son ejemplos que demuestran su liderazgo.

Desde su creación en 1890, ha construido una trayectoria de compromiso responsable con el desarrollo social y económico de la Argentina. Cervecería y Maltería Quilmes forma parte de Anheuser-Busch InBev, la Compañía cervecera internacional líder y una de las cinco empresas de consumo masivo más grandes del mundo, con sede en Leuven, Bélgica. Anheuser-Busch InBev cuenta con un portfolio que supera las 500 marcas y con operaciones en más de 50 países.

El problema

La preservación de los recursos naturales y el cambio climático son temas cada vez más relevantes en la vida cotidiana de todos: los consumidores, los estados y las compañías, etc. Muestra de esto son los 17 objetivos del Desarrollo Sostenible planteados por Naciones Unidas que nos interpelan como agentes de cambio responsable para la toma acciones inmediatas. Por esto, Cervecería y Maltería Quilmes basa su modelo de desarrollo sostenible implementando prácticas sustentables y nuevas tecnologías en la elaboración de sus productos, integrando los aspectos ambientales en su plan de negocios, en la toma de decisiones y en sus actividades diarias. De este modo busca disminuir el consumo de recursos naturales, centrándose en la gestión eficiente del agua, el uso racional de la energía, la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero y el incremento de la reciclabilidad de los residuos.

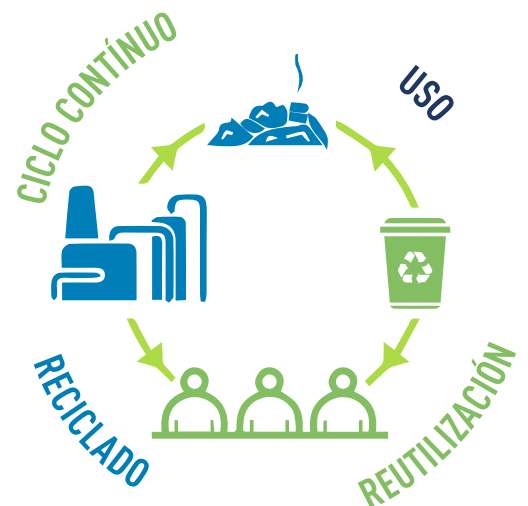


En este sentido, y en línea con el modelo planteado por la Economía Circular que pretende reducir el consumo de recursos naturales, disminuir el impacto en el medio ambiente y conseguir que los productos mantengan su valor formando parte de un ciclo continuo de reutilización y reciclado, desde sus inicios –en 1890– la Compañía promueve el consumo de envases de vidrio retornables por su beneficio social, económico y ambiental.

ODS
ONU



La compañía promueve el consumo de envases de vidrio retornables por su beneficio social, económico y ambiental.



Mundo Mejor

NUESTRA ESTRELLA: LA BOTELLA DE VIDRIO RETORNABLE

El vidrio es parte del medio ambiente. Se compone de **ARENA, CARBONATO DE SODIO Y CALIZA** que se funden en un horno. Tiene la capacidad de conservar las propiedades organolépticas de las bebidas por largo tiempo. **EL LIQUIDO SE MANTIENE ESTABLE Y SU SABOR INALTERABLE**, por eso lo elegimos.

Para seguir construyendo un **MUNDO MEJOR** trabajamos con este material noble que puede ser reutilizado y reciclado, incorporándose al ciclo de nuestra producción sustentable.

SUS BENEFICIOS SUSTENTABLES

- Disminuimos la generación de residuos sólidos y el consumo de materias primas.
- Equivalente a la cantidad de residuos orgánicos que generarían 450 personas por día en nuestro país.
- Reciclamos el 100% de las botellas retornables después de usarlas 29 veces.

¿SABÍAS QUE...?

- 9 de cada 10 botellas de cerveza Quilmes son retornables.
- Desde hace 2 años, nuestros clientes retornamos 340.000.

EL ELEGÍ RETORNABLE. CUIDA EL MEDIO AMBIENTE.

→ PARA CONOCER MÁS SOBRE EL VIDRIO Y ENTERRARTE DE LAS ÚLTIMAS NOVEDADES, HAZ CLIC AQUÍ.

TODAS LAS VENTAJAS DEL ENVASE DE VIDRIO

El vidrio es un material que proviene de la naturaleza y es **100% reciclable**. Cada botella de vidrio retornable es utilizada **29 veces** y, al cumplir su ciclo de vida, es reciclada para volver a hacer una nueva botella. Para envasar **1.000 litros de cerveza** se necesitan **34 botellas retornables** de un litro que son producidas en vidrio reciclado. Al ser reutilizables, se emplean **966 botellas menos** o 2.857 latas menos. Además, se utiliza tres veces menos energía; se generan menos emisiones de CO2, equivalentes a las emisiones de un viaje en auto de 1.900 km; y se ahorran 6.385 litros de agua. Desde la perspectiva social y económica, la industria de los envases retornables de vidrio es 100% nacional (frente al aluminio que es importado) y es una verdadera industria de industrias (gráfica, logística, vidrio, papelería, entre otras) que genera 102.000 puestos de trabajo en todo el país.



Desarrollo de la campaña

El objetivo central de la campaña de Retornabilidad de Quilmes, además de promover la utilización del envase de vidrio retornable como mejor opción, se propuso instalar un hábito positivo entre los consumidores para convertirlos en usuarios del producto reemplazando el modelo de consumo "usar y tirar" por "usar, reutilizar, reciclar". El despliegue de campaña entonces contempló diferentes públicos: empleados de la Compañía, actores de las industrias afines, autoridades, ONG's, consumidores y referentes de sustentabilidad, que fueron convocados e incluidos en las diversas acciones para que ellos se convirtieran a su vez en impulsores entusiastas de la propuesta. La idea central fue que ellos mismos –público, empleados, autoridades, expertos – pudieran conocer y comunicar los beneficios del envase de vidrio retornable para convertirse en embajadores/impulsores de la retornabilidad como hábito de consumo

Las acciones

Previamente a la planificación de las acciones, se realizó el estudio sobre el Ciclo de Vida de la Botella Retornable que nos permitió:



Conocer el ciclo de vida de la botella Quilmes de litro retornable y de la no retornable.



Evaluar los potenciales impactos ambientales asociados a ambos envases.



Identificar oportunidades de mejora en los procesos y comparar los resultados.



Generar KPI sobre el impacto ambiental de la botella y trabajar en la gestión de los indicadores para reducir el impacto.



Los resultados del estudio nos permitieron certificar Insights que se trabajaron en la comunicación y las acciones planificadas para cumplir el objetivo planteado.

MARCO DE LAS ACCIONES

Para enmarcar cada una de las acciones de la campaña en contexto, Cervecería y Maltería Quilmes eligió fechas precisas y lugares específicos para llevarlas adelante. Estar en el momento justo y en el lugar indicado permitió a la Compañía dar visibilidad a cada una de sus acciones, sumar nuevas audiencias y lograr un mayor impacto para la toma de conciencia que propone la Campaña. Por eso, en todas las fechas significativas del calendario ambiental, Cervecería y Maltería Quilmes realizó actividades para aportar su mirada y sus propuestas sobre un tema impostergable.

Las acciones



Economía Circular y uso eficiente de agua.
Ahorro 6.385 litros de agua

Día Mundial del Agua

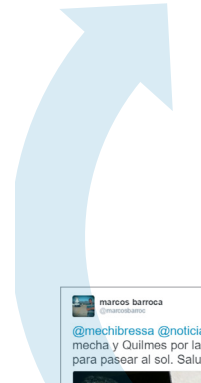
En marzo pasado, la Compañía presentó su Informe de Gestión Sustentable enfocado en la reducción del consumo de agua y la reutilización de los envases de vidrio retornables. De las actividades participaron autoridades y referentes de Quilmes, Mendoza, Zárate, Tres Arroyos, Corrientes y Tucumán. Durante marzo y abril, autoridades municipales y referentes de estas comunidades, visitaron diversos establecimientos de la Compañía, como Planta Sur (Pompeya), Córdoba, Quilmes, Mendoza, Zárate, Tres Arroyos, Corrientes, Tucumán y Trelew. En cada visita, se interiorizaron de los aspectos ambientales de la gestión de la Cervecería y Maltería Quilmes que permitieron alcanzar un ahorro del 35% en el consumo de agua en el periodo 2012-2017.




Economía Circular y uso de agua.
Ahorro 35% consumo de agua (2012-2016)

Día Mundial de la Tierra

En abril, se desarrolló en la Universidad Nacional de Cuyo el Foro "Retorná a la Tierra: Diálogos sobre el Medio Ambiente", un encuentro sobre prácticas sustentables en la gestión del agua y la retornabilidad. Asistieron 350 personas: estudiantes universitarios, representantes de ONG'S, emprendedores, referentes en sustentabilidad, periodistas locales y público en general. La difusión se realizó a través de la fanpage Biogüfa, el diario de Mendoza y redes sociales como Fanpage y Twitter de la marca Andes, Twitter y Facebook corporativos. Además, se realizó un tour por radios y redacciones de los medios locales.



Economía Circular y reciclaje.
Envase retornable 100% reciclable

Día del Reciclaje

El 17 de mayo la Compañía presentó un informe en el que se describe su modelo de negocios enfocado en la retornabilidad de sus envases y su impacto positivo en el medio ambiente. La difusión se realizó a través de un comunicado de prensa, posteos en redes sociales y programas de radios. También se enviaron materiales informativos sobre la retornabilidad a stakeholders.



Día del Periodista

Para celebrar este día, se sortearon entre los periodistas y a través de Twitter diez bicicletas recicladas y puestas a nuevo que tenían un cajón especial para llevar las botellas.



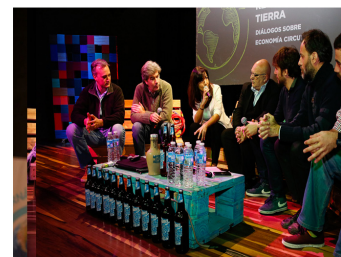
Las acciones



Economía circular y envase retornable:
3 veces menos energía,
3 menos emisiones CO2,
6.835 litros menos agua.

Día Mundial del Medio Ambiente

Durante junio, se realizó el Foro de "Retorná a la Tierra: Diálogos sobre el Medio Ambiente. Primer Encuentro Nacional sobre Economía Circular". Durante toda la jornada, especialistas y referentes del tema participaron de diversos paneles y aportaron su perspectiva al desarrollo sustentable. El Foro fue de entrada libre y gratuita y contó con la participación de 130 asistentes, incluyendo representantes de distintas industrias, de organizaciones sociales y ambientales, y referentes en la temática. Además, durante el evento, se promovió la utilización de envases de vidrio retornables a través del Facebook corporativo y un Home Event en Infobae y Lanacion.com. Es importante destacar que Cervecería y Maltería Quilmes fue la primera compañía que organizó un evento de ese tipo, que tuvo sustanciosas repercusiones en prensa y en el ambiente de especialistas y referentes de la temática.



Mes de la Tierra

En junio también, la Quilmes Retornable de un litro fue uno de los productos seleccionados por WalMart para integrar su góndola sustentable, una propuesta que ofrece productos amigables con el Medio Ambiente durante todo el mes.

OTRAS INICIATIVAS

Además se realizaron diversas iniciativas vinculadas a la temática con el objetivo de amplificar el impacto del programa y alcanzar el objetivo planteado:

Comunicación Interna

Se distribuyeron comunicaciones mensuales dentro de la Compañía que destacan a aquellos empleados que desarrollaron buenas prácticas para fortalecer la retornabilidad. Además, las actividades de voluntariado tuvieron como eje central la recuperación de espacios públicos a través del reciclado de materiales. La entrega de productos sin cargo mensual y en fechas de cumpleaños para empleados se reemplazó por porrones retornables. También se incorporó a la Política de Eventos la obligatoriedad de servicio en porrón retornable, siempre que las características del evento lo permitan.

Almuerzo de Economía Circular

Se realizó un almuerzo con cinco periodistas de los principales medios nacionales para debatir acerca del concepto de Retornabilidad –Economía Circular. El encuentro sirvió a todos los participantes para conocer en profundidad y en detalle la propuesta de la Campaña y así poder ampliar la perspectiva del tema para darle mayor cobertura en los medios.



Visitas a fábrica de vidrio Rigolleau

Se organizaron visitas guiadas a la fábrica donde se elabora la botella de vidrio retornable, que contaron con importantes coberturas de prensa (C5N, por ejemplo, La Nación también).



Anuncios

Además, la Compañía anunció una inversión de 26.870 millones de pesos para el período 2016-2020 centrados en la optimización de las plantas de elaboración, y sistemas logísticos y ambientales. De los cuales, 7.300 millones de pesos se destinarán a la industria nacional de envases de vidrio retornables.

A su vez, Quilmes invirtió año 85 millones de pesos para el lanzamiento del Pacto Porrón, que incluye la compra de botellas, cajones e implementos para bares, restaurantes, supermercados, almacenes y kioscos, y campaña de comunicación y marketing.

Pacto Porrón

En julio se lanzó el porrón Quilmes Retornable de 340cc. El pacto -que pide al consumidor devolver el envase y a cambio la Compañía congela el precio del producto- es una manera de generar una alianza con el consumidor no sólo económica sino a la vez de cuidado activo del medio ambiente, ya que el envase retornable no genera residuos sólidos porque es 100% reciclable. Economía circular perfecta que favorece a todos. Para el lanzamiento de Pacto Porrón se realizaron comunicados de prensa y hubo entrega de press kits a periodistas. Además, Pacto Porrón contó con una fuerte campaña de marketing y de publicidad de la Compañía que se hizo notable en televisión, vía pública, gráfica, radio y redes. Para Pacto Porrón hubo 71 coberturas exclusivas que dan como resultado un VAP de \$ 2.081.550.

Content Lab de la Nación

Se publicaron notas sobre las ventajas del uso de vidrio: La cerveza retornable, nuestra primera economía circular (22 de abril y 5 de junio de 2016) ; El vidrio retornable, la opción más ecológica (14 de abril) ; Ecología y calidad en envase de vidrio (14 de abril) ; y Ecología vintage.

Encuentros personalizados con periodistas clave

Hubo encuentros uno a uno de los que surgieron notas como La fórmula disruptiva de Quilmes, por Silvia Naishtat (Clarín, 8 de mayo de 2016).

Conclusiones y logros

Posicionar el vidrio como un producto

100% reciclable y nacional.

Concientizar acerca de los beneficios del envase de vidrio como el material más adecuado para la reutilización y su beneficio para el ambiente.

Fomentar la retornabilidad como opción inteligente: por sus beneficios económicos, sociales y ambientales.

Despertar interés sobre la Economía Circular en el público en general y posicionar a Quilmes Retornable como ejemplo efectivo y eficiente de este modelo económico.

POTENCIAR LA GESTIÓN SUSTENTABLE DE QUILMES

como factor clave para la retornabilidad.

MEJORAS / INDICADORES

RESULTADOS EN REDES SOCIALES

8.033.787 impresiones,
con un reach de 7.848.945,
495.888 views y
2.216 likes.

Más de 100 autoridades nacionales, provinciales y municipales recorrieron las cervecerías en Quilmes, Mendoza, Zárate, Tres Arroyos, Corrientes y Tucumán; conocieron la gestión sustentable de la Compañía y los beneficios de la retornabilidad y se invistieron como agentes de apoyo y difusión de la Campaña.

COBERTURA EN RADIOS

13,2%



RESULTADOS DE PRENSA

entre abril y diciembre se han obtenido alrededor de

349 repercusiones,

con comunicaciones e iniciativas enfocadas en la retornabilidad. El alcance se traduce en

VAP de \$ 17.358.758,00
114.442.511 contactos alcanzados.

RESULTADOS HOME EVENT

lanacion.com e Infobae:

236.644
IMPRESIONES

El "Foro Retorná a la Tierra Mendoza" fue declarado de interés provincial por la Cámara de Diputados de la provincia de Mendoza.

COMUNICACIÓN INTERNA

5.719

Empleados contactados

VOLUNTARIADO EJE ECONOMÍA CIRCULAR

1200
Empleados

VENTA PORRÓN RETORNABLE:

El porrón está teniendo una excelente aceptación entre los consumidores quienes acompañaron en lanzamiento con gran cantidad de mensajes positivos en las redes sociales.

FOROS SUSTENTABILIDAD

500
participantes

entre los dos foros sobre Economía Circular organizados por Quilmes.

Todos estos resultados - que son fruto de una campaña sostenida desde febrero 2015- trazan una trayectoria continua de Cervecería y Maltería Quilmes de compromiso responsable con el desarrollo social, medioambiental y económico de la Argentina. Una línea de continuidad de los valores y objetivos de la Compañía que se sostiene y profundiza desde su fundación en 1890.