

# Cervecería y Maltería Quilmes

## Concurso de dibujo infantil por el Día del Medio Ambiente

### Responsabilidad Social Empresaria – Campaña de concientización

#### Breve descripción de la empresa:

- Actividad: Productora de Cervezas, Gaseosas, Jugos, Aguas e Isotónicas
- Sector: Alimentos
- Localidades donde se elabora y envasa Gaseosa: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mendoza, Zárate, Córdoba, Trelew y Tucumán en Argentina
- Localidades donde se elabora y envasa Cerveza: Mendoza, Zárate, Quilmes, Corrientes y Tucumán en Argentina
- Localidades donde se elaboran y envasan Jugos: Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Localidades donde se elaboran y envasan Isotónicas: Montegrande
- Localidades donde se elaboran y envasan Aguas: Tucumán

#### Causas que motivaron la implementación de la acción:

- Análisis de la situación previa:

En el año 2002 Cervecería y Maltería Quilmes decide acompañar el festejo del “Día Mundial del Medio Ambiente” con una acción desde la compañía.

Tuvimos en cuenta a los niños como medio para concientizar y motivar a los padres y así darle otro sentido a las mejoras de Medio Ambiente en la compañía

- Identificación del problema / desafío

Creíamos en la necesidad de concientizar al personal y sus familias en la importancia del cuidado de Medio Ambiente por fuera de la capacitación tradicional de la compañía y que alcanzara un impacto mayor.

Además, necesitábamos motivar a quienes integran la compañía a convertirse en agentes de desarrollo sustentable.

- Principios, valores y políticas que respaldaron la acción implementada

Cervecería y Maltería Quilmes, mantiene una vocación y compromiso por el cuidado del Medio Ambiente, expresado en su Política Integrada de la Calidad, orientada hacia:

- el control y tratamiento de los efluentes,
- el uso racional de la energía y de los recursos naturales,
- el reciclado, el reuso y la disposición final responsable de los residuos,
- el control de las emisiones gaseosas.

## Target

Principales objetivos:

- Soluciones analizadas

Se hicieron varios tipos de campañas de concientización: cartelera informativa sobre temas de interés público sobre cuestiones ambientales, reducción de consumos en el hogar, folletos descriptivos y educativos al personal y notas periodísticas en la revista interna de la compañía.

- Elección de la mejor estrategia

Como mejor estrategia para fomentar la conciencia en el cuidado de medio ambiente se eligió a los chicos como promotores de este mensaje, ya que creemos que funcionan como la voz de la conciencia de los padres y por lo tanto el mensaje se extiende al resto de la familia y su entorno.

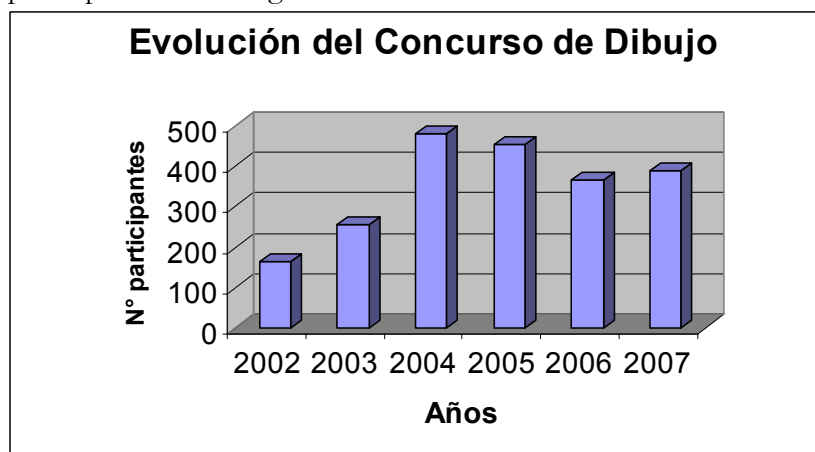
El proyecto se lanzó en un principio en Planta Quilmes, donde los operadores tienen más antigüedad, viven alrededor de la planta y por lo tanto poseen un vínculo estrecho con el Establecimiento. En consecuencia, la aceptación al proyecto fue muy buena, ya que era de suma importancia para ellos sentirse parte del cuidado del medio ambiente desde adentro.

- Metas cualitativas y cuantitativas

La meta propuesta inicialmente y que aún se sostiene en el tiempo es que cada año más chicos participen y que se propague el objetivo de este concurso.

En función del objetivo anterior intentamos cada año que los eventos que se realizan representen cada vez mejor el espíritu del concurso y motiven a los chicos a seguir participando y a los padres de los chicos, que no hayan participado, a incentivarlos para hacerlo en el concurso del próximo año.

Cantidad de participantes a los largo de los años:



El concurso tiene un alcance nacional a:

- 12 Establecimientos industriales
- 10 Salas de ventas
- 5 Centros de distribución

- 3 Oficinas administrativas

- Situación prevista vs. situación deseada

Preveíamos que las plantas que se encontraban en el proceso de implementación del Sistema de Gestión Ambiental basado en la norma ISO 14001, iban a tener mayor cantidad de chicos participando, ya que sus padres estaban capacitados y conocían en mayor medida la importancia del cuidado del medio ambiente. Sin embargo fue sorpresiva la participación en plantas que no lo estaban, igualando o superando la cantidad de participantes. El desafío actual es aumentar la cantidad de chicos que participan en las Salas de Ventas y Centros de Distribución, es decir en las áreas no industriales.

## Acción

Descripción de las medidas tomadas:

- Descripción del proceso

Todos los años a principios del mes de abril se lanza el concurso de dibujo con un tema, el cual varía cada año, asociado generalmente al lema elegido en el año en curso por el PNUMA (Programa de la Naciones Unidas para el Medio Ambiente).

En el concurso pueden participar todos los hijos e hijas de empleados menores de 12 años.

Se presenta un dibujo por chico, cada operación los recibe y su GGA (Grupo de Gestión Ambiental) elige el ganador. En aquellas operaciones que no poseen un GGA, el Gerente de la Operación junto con la Gerencia de HSMA eligen el ganador.

Para el cierre del concurso, acercándose al 5 de Junio, cada operación organiza el festejo relacionado con la temática del medio ambiente en el cual se entregan premios a todos los chicos que participaron y se hacen reflexiones acerca de la importancia del cuidado del medio ambiente.



Finalmente la Gerencia Corporativa recibe el dibujo ganador de cada operación y se edita e imprime un calendario ambiental, para el año siguiente, con todos los dibujos ganadores que luego se distribuye a todos los sectores de la compañía.

**Higiene, Seguridad y Medio Ambiente**  
**Concurso De Dibujo Infantil sobre el Medio Ambiente 2007**

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) ha elegido **EL DESHIELO** como tema para conmemorar el **Día Mundial del Medio Ambiente 2007**.

Es por esto que este año el eslogan del Concurso es **El Deshielo ¿Un tema candente?**

El **deshielo** es una de las consecuencias del Cambio Climático. Este problema se origina por el aumento de la temperatura global del planeta y tiene como consecuencia el derretimiento de los glaciares y el consecuente aumento del nivel del mar.  
 (Para más información visita nuestra intranet...)

**Bases del Concurso**

Se elegirán 17 dibujos de acuerdo al siguiente detalle:

1. Olivos (SV)
2. Pompeya (SV+CD+SUR+GAT)
3. Soler (SV)
4. Mar del Plata (SV+CD)
5. Neuquén (SV+CD)
6. Ceresola (SV+CD)
7. Rosario (SV+CD)
8. Córdoba (Establecimiento industrial)
9. Manantiales (Establecimiento industrial + SV)
10. Comienzas (Establecimiento industrial + SV)
11. Quilmes (Establecimiento industrial+Congirol)
12. Estructura Central (Oficina+Chaque-Galpón 70)
13. Mendoza (Establecimiento industrial+SV)
14. Zárate (Establecimiento industrial)
15. Achera (Establecimiento industrial)
16. Agromushias (MTA, Criadero, y Pta de Semillas)
17. Trilaw (Establecimiento industrial)

**RECUERDA QUE LOS GANADORES DEL CONCURSO APARECERÁN EN EL CALENDARIO 2008**

Los temas elegidos en los últimos 7 años son los siguientes:

- 2002 – Agua, Aire, Flora, Fauna, Suelo y Residuos.
- 2003 – Reciclado de Residuos, Ahorro del consumo del agua y Ahorro de consumo de Energía.
- 2004 – ¡Se Buscan! ...Mares y Océanos ¿Vivos o Muertos?
- 2005 – Ciudades Verdes, ¡Planear para el Planeta!
- 2006 – Desiertos y desertificación
- 2007 – El deshielo... ¡Un tema Candente!

**2007**

Quilmes  
 Luciano Romero

Mendoza  
 Agustín Costantini

Estructura Central  
 Camila Pardo

Manantiales  
 Matías Bello, Facu Chaga

Zárate  
 Alan Sando

- Tiempo incurrido / recursos invertidos

A principios del mes de Abril se lanza el concurso a nivel nacional con fecha límite de entrega la última semana de mayo aproximadamente, para dar tiempo a que los miembros del GGA (Grupo de Gestión Ambiental) de cada operación, que son los responsables de elegir el dibujo ganador, realicen la elección. Durante ese mes y medio de plazo de entrega, se va planificando en paralelo la fiesta de entrega de premios y presentación del ganador. Cabe destacar que, si bien el costo de implementación es prácticamente cero, el impacto en los chicos, su entorno y su familia es muy alto.



- Alianzas y partenariado

Fue de suma importancia el *compromiso del área industrial, comercial, recursos humanos y relaciones industriales*, en lo que respecta a los recursos para su implementación y luego para mantener vivo este concurso cada año.

También desde el *departamento de comunicaciones* contribuyen activamente con la promoción del concurso a través de la publicación de su lanzamiento en la intranet (web interna de la compañía), enviando mails informativos y publicando notas asociadas dentro de la revista interna que sale trimestralmente.

## Resultados

### 1.1 Resultados obtenidos:

Desde que comenzó el concurso se han recibido más de 1500 dibujos provenientes de los diferentes Establecimientos del país.

Los chicos responden a la convocatoria con entusiasmo, invitan a sus familiares al evento de cierre y disfrutan de la posibilidad de conocer el lugar donde trabajan los padres.

La participación de los chicos promueve la concientización de su familia acerca de los temas ambientales ya que para la ejecución del dibujo, en la mayoría de las oportunidades, los chicos solicitan a sus padres que los ayuden a investigar de qué se trata el tema elegido para el año.

Además de su entorno familiar, los chicos comentan el concurso con sus compañeros de escuela y docentes, lo que contribuye a diseminar la conciencia por el cuidado del medio ambiente.

### Conclusiones finales:

Como resultado de este concurso se puede detectar una:

- Mayor conciencia por parte de los chicos y sus familias por el cuidado del medio ambiente.
- Incremento de propuestas de mejora para la reducción de consumos de recursos naturales.
- Mayor control y concientización dentro de los equipos de trabajo.
- Una mejora de la imagen de la compañía hacia la Sociedad y por parte de sus empleados.

