



Dow Argentina

Que no se te vaya de las manos

Responsabilidad Social Empresaria - Campañas de Concientización - Acciones con la Comunidad

Descripción de la Empresa

Dow es una compañía líder en ciencia y tecnología que provee innovaciones en productos para la agricultura, plásticos, químicos y servicios, a numerosos mercados esenciales de consumo. Dow atiende a clientes en más de 175 países, ayudándolos a proveer desde agua potable, alimentos y medicamentos hasta pinturas, packaging y productos de higiene personal. Comprometida con los principios del Desarrollo Sustentable, Dow y sus 42.000 empleados en todo el mundo buscan balancear sus responsabilidades económicas, sociales y de medioambiente.

PBBPolisur, empresa controlada por Dow Argentina, está localizada en la ciudad de Bahía Blanca, en el área industrial portuaria de Ingeniero White, a 8 km de distancia de la ciudad de Bahía Blanca. Operan un total de 6 unidades productivas en las que elaboran etileno y polietilenos de diferentes tipos.

El polietileno forma parte de la cadena de valor de la mayoría de las industrias transformadoras. Envases para alimentos y bebidas, pañales descartables, películas para protección de cultivos, bolsas, sachets, cañerías y cables, son sólo algunos de los numerosos artículos que se fabrican a partir de este producto.

Causas que motivaron la implementación de la acción

Análisis de la situación previa e Identificación del problema

Con la intención de proteger el océano como fuente de vida, Dow creó una alianza a nivel global con **Ocean Futures Society** (Sociedad para el Futuro de los Océanos, entidad sin fines de lucro dedicada a la exploración y protección del mar) y **Jean-Michel Cousteau**, con el objetivo de concientizar al público, alentar comportamientos responsables y crear oportunidades de cambio.

Explorador, ambientalista, educador y productor de películas, por más de cuatro décadas Jean-Michel Cousteau ha dedicado su vasta experiencia a comunicar a personas de todas las naciones y generaciones su amor y preocupación por nuestro planeta.

Desde que su padre lo “tiró por la borda” por primera vez a la edad de siete años con su recientemente desarrollado equipo de buceo autónomo en su espalda, Jean-Michel ha vivido

dedicado al mundo del océano. El hijo del reconocido explorador Jacques Cousteau ha investigado el mundo submarino a bordo del Calypso y del Alcyone durante casi toda su vida. Honrando su herencia, en 1999, fundó Ocean Futures Society (Sociedad para el Futuro de los Océanos) a fin de continuar con el trabajo pionero de su padre. Ocean Futures Society, es una organización sin fines de lucro para la conservación marina y la educación, actúa como la “Voz del Océano”, comunicando por diferentes medios el vínculo crítico entre las personas y el mar y la importancia de implementar adecuadas políticas medioambientales. *“Protege al océano y te protegerás a ti mismo”* es la idea que anima a quienes la integran. Su misión es explorar el océano, inspirando y educando a la gente en todo el mundo a actuar responsablemente para su protección, documentando la conexión crítica entre la humanidad y la naturaleza y celebrando la importancia vital del océano para la supervivencia de la vida en nuestro planeta. Para más información visite: www.oceanfutures.org

Jean-Michel es un apasionado embajador por el medio ambiente, llegando al público a través de diferentes maneras: películas, publicaciones, programas educativos, charlas y conferencias, se ha propuesto educar a los más jóvenes, documentando historias de cambio y esperanza y brindando su reputación y apoyo para energizar alianzas por un cambio positivo.

Decía Jean Michel Cousteau “las personas tiran basura en todas partes y dentro del mar sin pensar en el impacto que esto genera en la vida marina o en los mismos seres humanos. La basura es uno de los problemas más graves en las playas y zonas costeras en todo el mundo. La inmensidad de los océanos ha llevado a mucha gente a pensar que el mar puede absorber sin problemas algunas cantidades de basura y otros desperdicios. La salud de nuestros océanos y sus habitantes está directamente conectada con la supervivencia de toda la vida sobre la Tierra, por lo tanto es crítico que trabajemos juntos para desarrollar soluciones sostenibles, comenzando por la educación”.

Principios, Valores y Políticas que respaldaron la acción

El principio rector de Dow es la filosofía de Desarrollo Sustentable, que se apoya en pilares fundamentales como la fortaleza económica de la compañía y su impacto positivo en las geografías en las que opera, la excelencia en el desempeño ambiental y en seguridad, y la responsabilidad social empresaria.

Las Metas de Sustentabilidad 2015 (www.dowattainability.com) de la compañía reflejan el compromiso a largo plazo con los principios de Cuidado Responsable®. Dichas metas tienen tres focos: ciudadanía local (protección de la salud humana y del medio ambiente), reducción del impacto de la actividad global de Dow (eficiencia y conservación de energía, enfoque del cambio climático) y seguimiento y control del producto (compromiso con la seguridad del producto y química sustentable).

Ninguna empresa puede ser exitosa si no contribuye efectivamente a una mejora en la calidad de vida de la comunidad en la que opera. Los programas de relaciones con la comunidad de la compañía, se orientan a partir de la visión de "Ser un buen vecino" y un miembro activo de la comunidad en la que estamos insertos y de la cual obtenemos el “derecho a operar”, es la visión que guía los vínculos de la Compañía con la comunidad.

Como empresa líder en desarrollo sostenible, Dow constantemente aplica la ciencia y la tecnología para mejorar la calidad de vida en todo el mundo. Una variedad de productos innovadores mejoran la calidad del agua, la eficiencia de los combustibles, el envasado y distribución de alimentos y bebidas y ofrecen soluciones sostenibles que ayudan a proteger el medio ambiente. Dow elabora, entre otros productos, plásticos para cañerías que ayudan a distribuir y conservar el agua y materiales de embalaje que son fácilmente reciclables, con la ayuda de los consumidores, para minimizar el impacto en el medio ambiente, además de membranas para la desalinización del agua.

Target:

Principales Objetivos

En línea con las políticas y el compromiso de Dow con respecto al Desarrollo Sustentable y la protección del entorno, se busca generar conciencia medioambiental y mostrar a la población que se puede - y se debe - ser ambientalmente responsable en todos los ámbitos de la vida.

Estrategia

En el marco de la alianza que Dow ha firmado con Ocean Futures Society (Sociedad para el Futuro de los Océanos), entidad liderada por Jean-Michel Cousteau quien visitó el complejo de Dow ubicado en Bahía Blanca, para convocar al público y escuchar qué podemos hacer entre todos para proteger los cursos de agua de la contaminación, cómo podemos controlar el problema de la basura, además de compartir cómo la empresa integra sus esfuerzos junto a los del ambientalista en esa área.

La convocatoria estuvo dirigida a la comunidad en general, recurriendo por ese motivo a los principales medios de comunicación masiva.

Asimismo, se invitó especialmente a docentes y alumnos a compartir actividades, como la conferencia de Cousteau y muestra alusiva “Las Voces del Mar”, cuyo mensaje apuntó a aprender a vivir responsablemente, valorando las contribuciones individuales para proteger el medioambiente.

Acción:

Descripción de las medidas tomadas

Descripción del proceso

El 31 de julio de 2006, Jean-Michel Cousteau, ofreció una conferencia para el público en general en el Teatro Municipal de Bahía Blanca.

El encuentro fue con entrada libre y gratuita y permitió a más de 900 personas tomar contacto con una figura de reconocido prestigio mundial que ha dedicado su vida a transmitir su amor, conocimiento y respeto por la vida marina.

Como actividad previa a su presencia en la ciudad y para acompañar la expectativa que se generaría en torno a su encuentro, Dow y PBBPolisur, con la colaboración de Fundasur y el Conicet, organizaron una muestra, que denominaron “Las voces del mar”, conformada por fotos, conferencias, películas y talleres de ciencia y literatura para niños, se extendió desde el 29 de julio al 13 de agosto.

Asimismo, la empresa distribuyó entre 90 escuelas de la ciudad la guía de aprendizaje y actividades “*Que no se te vaya de las manos*”, elaborada por Dow y Jean-Michel Cousteau, para ayudar a los jóvenes a comprender el problema de la basura y cómo entre todos podemos generar cambios positivos.

Ejecución del plan

A. Pasos y procesos

A.1. Muestras “Las voces del mar” en Casa Coleman, monumento arquitectónico histórico

Se organizó e inauguró, en la semana previa a la llegada de Jean Michel Cousteau a Bahía Blanca, una muestra temática relacionada con el cuidado del mar consistente en talleres de ciencia sobre el cuidado del agua y la observación de zooplancton, talleres de literatura sobre el mar, fotografías de aves marinas, de la costa Argentina y del río de Bahía Blanca, conferencias de científicos sobre el agua, la fauna marina, la oceanografía y proyección continua de películas de Jacques Cousteau y Jean-Michel Cousteau's Ocean Adventures (la muestra se extendió debido al interés de las escuelas en organizar visitas guiadas).

A.2. Conferencia de prensa, visita al intendente, tema “Protege al Océano y te protegerás a ti mismo” y actividades en Casa Coleman

El día 31 de julio comenzó con una conferencia de prensa de una hora a la que concurren los 5 canales locales de TV, el diario local, y más de 6 radios. En total asistieron 30 periodistas.

Luego, representantes de Dow, Jean-Michel Cousteau y especialistas en Medio Ambiente entre otros, se reunieron en el despacho del Intendente de la localidad, mostrándose muy satisfecho y agradecido con Dow por la presencia de una figura tan relevante.

Más tarde se realizó en el Teatro Municipal de Bahía Blanca, con la sala llena por la enorme respuesta del público que colmó la sala sobrepasando su capacidad máxima de 900 personas (quedaron afuera otras 100), una conferencia titulada “Protege al Océano y te protegerás a ti mismo”. Cousteau habló durante una hora y mostró imágenes del video “Voyage to Kure”. Al finalizar Cousteau dio al público la posibilidad de hacer preguntas.

El día siguió con el encuentro con la comunidad científica y ambientalistas. Se realizó una mesa debate sobre “La difusión del conocimiento” en la que se

compartió una experiencia local - el programa APQUA desarrollado para difundir la Química, sus usos y aplicaciones, la revista "Ciencia Hoy" a nivel nacional y las experiencias educativas y de difusión de Ocean Futures Society. El público - unas 40 personas- hizo preguntas al final mostrando mucha aceptación.

Por último la jornada se cerró con un cóctel que compartieron 150 formadores de opinión. Esta ocasión se presentó como propicia para que el Director de Operaciones del Complejo de Bahía Blanca hiciera una presentación del desempeño luego de 10 años de presencia de Dow en Bahía Blanca coincidente con el cumplimiento de las metas de Medioambiente, seguridad y salud (EH&S) 2005 y los compromisos asumidos con las metas de Sustentabilidad y Compromiso Comunitario para 2015. Los comentarios fueron excelentes.

A modo de cierre, Jorge Bornemann presentó la proyección de un video con las metas de Dow para el 2015.

A.3. Subproyecto: "Playas más limpias, Monte más Hermoso"

A raíz de la visita de Jean Michel Cousteau, surgió la idea de un subproyecto que llamamos "Playas más limpias, Monte más Hermoso". El mismo fue aplicado a la localidad balnearia "Monte Hermoso", ubicada a unos 100 km. de la ciudad de Bahía Blanca.

Principalmente se colocaron mensajes en la zona núcleo del balneario, a fin de recordarlos permanentemente y se montó un parador móvil para que la gente participe de la propuesta.

La idea básicamente fue que la gente colabore con la higiene y el cuidado de su entorno.

El equipo de trabajo quedó conformado por el Departamento de Asuntos Públicos y REX Comunicaciones Integradas, Consejo Escolar de Monte Hermoso, Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Monte Hermoso, la Fundación Bolsa de Comercio de Bahía Blanca y Asociación Civil Piedra Libre.

La ciudad de Monte Hermoso está ubicada a unos 100 km. aproximadamente de la ciudad de Bahía Blanca. Es un balneario familiar, con más de 32 km. de amplias playas que tienen un suave declive hacia el mar. La profundidad del mismo a 100 metros de la costa es de sólo 3 metros. La temperatura del agua es algo superior que la de los centros balnearios cercanos, producto de corrientes cálidas que llegan hasta sus costas.

La ciudad cuenta con una infraestructura turística básica pero completa, incluyendo paradores en la costa que posibilitan pasar todo el día en la playa, disfrutando de ver como el sol sale y se pone en el mar, característica única de las playas del sur bonaerense.

A.3.1. Descripción del problema

Decía Jean Michel Cousteau "las personas tiran basura en todas partes y dentro del mar sin pensar en el impacto que esto genera en la vida marina o en los mismos seres humanos". La basura es uno de los problemas más graves en las playas y zonas

costeras en todo el mundo. La inmensidad de los océanos ha llevado a mucha gente a pensar que el mar puede absorber sin problemas algunas cantidades de basura y otros desperdicios.

A.3.2. Objetivos

En la línea con las políticas y el compromiso de Dow con respecto al Desarrollo Sostenible y la protección del entorno, y como continuidad del mensaje que la compañía está difundiendo a nivel global a través de la imagen de Jean Michel Cousteau, se elaboró una campaña cuyo objetivo fue contribuir a crear conciencia medioambiental, haciendo hincapié en el cuidado de las playas, para llevar a cabo en la ciudad balnearia de Monte Hermoso durante el período estival.

Esta iniciativa estuvo vigente desde el 1 de noviembre de 2006 al 31 de marzo de 2007.

A.3.3. Público objetivo y mensaje

El proyecto se destinó a todo el público, haciendo hincapié en las escuelas y en los turistas. La campaña apuntó a instalar el mensaje “Las playas limpias son más lindas y se disfrutan mejor” para de esta manera lograr, a través de la percepción del beneficio individual inmediato, que la gente colabore con la higiene y el cuidado de su entorno.

A.3.4. Canales de Comunicación

Se eligió la vía pública porque consiste en un recordatorio permanente de las acciones de los mensajes de concientización.

Principalmente se publicaron mensajes en la zona núcleo del balneario, a fin de generar recordación permanente y se montó un parador móvil para que la gente participe de la propuesta.

A.3.5. Ejecución del Plan

El plan está dividido en dos etapas:

1. Previa al período vacacional. Para preparar a la ciudad y a su gente.

El paso inicial fue instalar el tema en las escuelas. Se hizo a través de la distribución de la lámina “Que no se te vaya de las manos” de Jean Michel Cousteau, como propuesta educativa para ayudar a los chicos a comprender el impacto de su comportamiento en el mar, entender el problema de la basura y generar cambios positivos.

La lámina incluyó tres lecciones/trabajos prácticos de las cuales la tercera (crear un mensaje de concientización en el cuidado del medio ambiente) que consistió en la

elaboración de pósters y mensajes, que alienten la toma de conciencia por el cuidado y limpieza de las playas y el mar. El trabajo más original, creativo y efectivo sería seleccionado para su utilización en distintas campañas de difusión y educación. Las entidades participantes recibieron libros para sus bibliotecas y computadoras.

En paralelo se realizó una acción de limpieza de playas que involucró a alumnos, docentes, padres y miembros de las instituciones participantes del certamen.

2. Durante la temporada.

2.1. Mes de diciembre.

Se trabajó sobre la elaboración de las piezas de la campaña orientada al turista, cuyo objetivo es cooperar en la construcción de la conciencia individual y colectiva en cuanto a la necesidad de cuidar el medioambiente, apuntando a que el receptor aprenda a valorar la sana costumbre de no tirar residuos en las playas. Distintos mensajes, que avalan esta idea, se distribuyeron en la costanera y la peatonal.

Además de la presencia en la vía pública, se estableció un contacto directo con la gente a través del parador móvil. En el mismo, un equipo de promotores interactuó durante 4 horas diarias, con niños y jóvenes en la playa con actividades recreativas que, al mismo tiempo que entretienen, educan. A modo de ejemplo, una de las actividades que realizó fue “La basura en su lugar”, este juego consistía en buscar imágenes de basura escondidas en la arena, en un sector delimitado y con un tiempo determinado, y depositarlas en contenedores especiales, gana el equipo que más basura junte. Todos los participantes recibían una bolsa de polietileno para la basura con el mensaje “símbolo de reciclable + ¿Hoy dejamos la playa limpia?” Los ganadores además recibían premios.

Difusión

- Distribución de la lámina educativa “Que no se te vaya de las manos”, (traducida al castellano y adaptada a la cultura local, entre 90 establecimientos educativos de nivel primario y secundario (1800 láminas).
- Envío de invitaciones de cortesía a un mailing de 400 contactos, que incluyó autoridades públicas, ONG’s, entidades ambientalistas, grupos de buceo, miembros del panel comunitario, autoridades educativas, periodistas y líderes de opinión.
- Aviso color de 5 columnas x 40 cm en la edición del domingo 23-7 y dos páginas color enfrentadas en la edición del domingo 30-7 en “La Nueva Provincia”, el diario más importante del sur argentino.
- Emisión de un spot de 27 segundos en las difusoras más importantes: AM: LU2, Radio Nacional y LU3 Radio del sur. FM: Palihue, Radio 10, Universal y Manantiales.
- Emisión de un spot de 27 segundos durante las dos semanas previas en todos los canales de aire y de cable locales: Canal 9, BVC, Multicanal, Cablevisión y Canal 7.
- Postales, pósters y stickers.

Recursos invertidos

Recursos humanos

El sector encargado de llevar a cabo este programa fue el Departamento de Asuntos Públicos.

Este sector trabaja en comunicaciones e interacciones con los empleados, con la comunidad, con los clientes, con los medios, con otras compañías, con el gobierno, entre otros. Se focaliza en la construcción de relaciones internas y externas.

Recursos financieros

Se invirtieron \$40.000 en el armado de la muestra “Las Voces del Mar” (incluye ambientación, impresión de láminas y folletos para promocionarla), además la impresión de stickers y postales distribuidos en la muestra, la elaboración de informes, fotos y filmación de las diversas actividades, alojamientos y traslados.

Se invirtieron \$30.000 en todo lo relacionado con las actividades en Monte Hermoso (premios, PCs, Bicicletas, Mp3) para concurso de dibujos, diseños, cartelera. Etc.

Tiempo incurrido

El programa se inició días antes de la llegada de Jean Michel Cousteau (31 de julio de 2006) a Bahía Blanca y se completó con las acciones relacionadas en las playas de Monte Hermoso en el mes de febrero de 2007.

Alianzas

REX Comunicaciones Integradas
Fundasur
Curador de la Muestra “Las voces del Mar”

Resultados:

Resultados obtenidos

El resultado fue positivo, ya que se logró que los niños relacionaran a los juegos con los mensajes de vía pública.

Algunos padres se acercaban a la zona de juegos con preguntas acerca de Dow (“¿quiénes son?, ¿qué hacen?”) y otros directamente se instalaban con sus sombrillas a ambos lados en la playa.

La actividad tuvo eco también en los medios de comunicación de Bahía Blanca, principalmente en el diario local “La Nueva Provincia” y en programas de TV de Canal 9 (del grupo Telefe).

Conclusiones

A modo de síntesis, podemos decir que logramos una playa más limpia y más hermosa, y que las actividades sirvieron para un mejor conocimiento y difusión del compromiso de Dow con el medio ambiente.

Este programa fue un aprendizaje para todos: el público en general, que incluye a nuestros empleados, aprendió sobre el océano y su cuidado, las escuelas participaron activamente, la comunidad de Monte Hermoso tuvo playas más limpias y la imagen de la compañía también fue beneficiada.

Departamento: Asuntos Públicos

Responsables:

Gastón Remy, Líder de Asuntos Públicos Región Sur, América Latina
Marcela Guerra, Líder de Asuntos Públicos del Complejo Bahía Blanca
Rafael Jornet, Asuntos Públicos, Complejo Bahía Blanca

Equipo de Trabajo

REX Comunicaciones Integradas
Fundasur
Talleres sobre el agua
Curador de la Muestra “Las voces del Mar”
Gustavo López