

LOVE SUSTAINABILITY

Nuestro Viaje Hacia Un Futuro Más Sostenible



lovesustainability.com



Let's do this together

NUESTRO PLANETA ES UN SISTEMA COMPLEJO

Y delicado que para funcionar depende de todo: desde las bacterias del suelo hasta las ballenas azules. Un sistema que las operaciones comerciales están alterando de forma significativa.

Los científicos se centran cada vez más en el efecto que estamos teniendo sobre las tasas de extinción¹, el legado de la lluvia ácida es evidente en los océanos acidificados² y ya se pueden encontrar micropartículas de plástico en la sangre de los seres humanos³.



- ! Los humanos y el planeta en que vivimos nos encontramos en un momento decisivo que exige tomar medidas.
- Debemos hablar con franqueza sobre lo que le está sucediendo a nuestro planeta y ser sinceros sobre lo que le estamos haciendo.
- Podemos ser la generación que utilice la reforestación como medio para corregir las emisiones de GEI⁴.
- Podemos ser los ciudadanos corporativos responsables que inicien un proceso de décadas para cambiar radicalmente el modo en que utilizamos los recursos naturales, cómo proporcionamos energía a nuestras industrias y cómo nos responsabilizamos de nuestros residuos.
- Podemos ser los grandes innovadores que recuperen los plásticos y la contaminación que se han vertido en nuestros océanos, que se han enterrado bajo nuestra tierra y que han nublado nuestros cielos.

O podemos no hacer nada.

¹www.researchgate.net/profile/Nigel-Stork/publication/225546103_Re-assessing_current_extinction_rates/links/00b49525daa5bd1dba000000/Re-assessing-current-extinction-rates.pdf

²www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0025326X13003925 | ³www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160412022001258 | ⁴<https://ourworldindata.org/global-forest-transition>



En 2019, el **59 % de las empresas** afirmaron contar con **iniciativas internas de sostenibilidad**⁵.

LA **REALIDAD SOSTENIBLE** DE LA INDUSTRIA ACTUAL

Las empresas se sienten presionadas por sus clientes y su personal para ser demostrablemente «ecológicas». Pero sin transparencia y sin significados claramente definidos para las prácticas «ecológicas», la confusión del mercado sobre qué prácticas son realmente sostenibles puede frustrar tanto a las empresas como a los consumidores.

Debemos aceptar que probablemente ninguna empresa será completamente sostenible desde el punto de vista ambiental, pero todos podemos poner de nuestra parte para reducir al mínimo nuestro impacto. El punto de partida hacia un futuro más sostenible es ser sinceros sobre lo que está sucediendo ahora y cómo podemos realmente hacer un cambio.

Nos encontramos en plena crisis climática⁶.

Nuestros empleados, nuestros clientes y nuestras familias se verán afectados inevitablemente. Es preciso tomar medidas desde todos los ámbitos, tanto desde el personal como el comercial.



¿CÓMO PUEDEN LAS EMPRESAS TENER **EL MAYOR IMPACTO POSIBLE?**

La sostenibilidad es una cuestión compleja, que puede resultar frustrante.

Según Oxford Languages, la sostenibilidad puede definirse como «evitar el agotamiento de los recursos naturales con el fin de mantener el equilibrio ecológico.» La industria humana se sitúa fuera del mundo natural, es difícil que devuelva el 100 % de los recursos que toma.

Hoy, ninguna empresa puede ser totalmente sostenible, y quizás nunca lo sea. No obstante, las empresas, y las personas que las integran, quieren hacer más por la sostenibilidad cada día, cada mes, año tras año.

Los factores que potencialmente debe tener en cuenta una empresa a la hora de implementar cambios sostenibles pueden ser muchos. Los datos útiles y eficaces pueden ser difíciles de interpretar, los términos comodín como «ecológico» tienen diferentes interpretaciones dependiendo de la empresa, la institución y el vendedor, mientras que la investigación y las pruebas gubernamentales muestran «un aumento significativo de la demanda de competencias ecológicas» e identifican la necesidad de abordar una falta de competencias identificable.

Las mejoras constantes en la sostenibilidad de los procesos comerciales deben ser el objetivo de las entidades comerciales. Deben realizarse mejoras graduales basadas en la experiencia, la visión operativa y el conocimiento compartido. Para que cuando se realicen los cambios, sean efectivos, y cuando una empresa transmita su mensaje de sostenibilidad, todo esté alineado para los clientes.

Hoy en día, ya sea para los legisladores, los clientes, el personal o todos ellos, casi el 60 % de las empresas afirman contar ya con algún tipo de iniciativa interna de sostenibilidad.

Si hay algo que las empresas pueden hacer, es ir haciendo cambios graduales, y la ventaja que tienen los ciudadanos corporativos sobre los ciudadanos normales es la escala a la que se pueden aplicar esos cambios graduales.

Un ciudadano que realiza un cambio doméstico, como comenzar a separar los desechos o firmar un contrato con un proveedor de energía renovable, mejora la sostenibilidad de su hogar.

La empresa que realiza el mismo cambio lo hace a una escala mucho mayor, magnificando incluso los pequeños cambios hasta convertirlos en una mejora sustancial respecto a la sostenibilidad para ellos mismos, y para las empresas asociadas con las que trabajan.

EL VIAJE **LOVE SUSTAINABILITY DE RCP**

En Rubbermaid Commercial Products LLC (RCP), parte de Newell Brands Inc. (Newell), nos tomamos muy en serio la ciudadanía corporativa, incluida la sostenibilidad ambiental. RCP se compromete a crear soluciones duraderas e innovadoras para cualquier establecimiento, con el fin de garantizar que el uso de los recursos de la Tierra se reduzca al mínimo.

El Love Sustainability Journey representa el primer paso de RCP a la hora de comunicar la dirección hacia el objetivo de reducir al mínimo nuestro impacto en el medio ambiente. Hoy no tenemos todas las respuestas, pero nuestro camino ha comenzado y, **a lo largo de este documento, verá nuestro compromiso con los valores de Newell:**



VERDAD



TRANSPARENCIA



TRABAJO EN EQUIPO



CONFIANZA

Este camino hacia la sostenibilidad establece nuestros compromisos con el planeta

y con nuestros socios, ya que apoyamos a las empresas para que alcancen sus objetivos de sostenibilidad con educación, herramientas y productos, mientras seguimos progresando.

¿HACIA DÓNDE QUEREMOS

QUE NOS LLEVE NUESTRO VIAJE?

Como líder mundial en el diseño, la fabricación y el suministro de productos de limpieza, higiene y gestión de residuos, RCP tiene un importante papel en lo que respecta a la sostenibilidad en ambos extremos del proceso: la protección de los recursos y la reducción de los desechos.

Hoy en día fabricamos productos duraderos líderes en su sector. Cuando un producto dura mucho tiempo, se eliminan la posible necesidad de tener que sustituirlo, desechos generados por el producto y el uso de recursos para volver a fabricarlo. La durabilidad es una forma de sostenibilidad que minimiza de inmediato el impacto ecológico.

Pero todavía podemos hacer algo más.

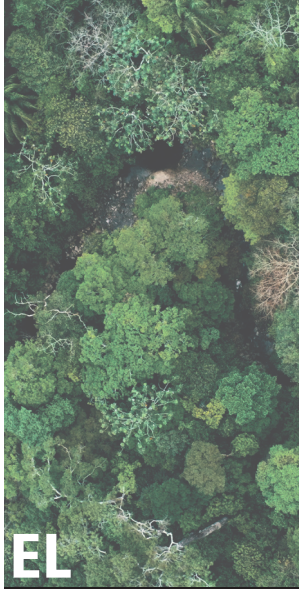
Al adoptar los valores de Newell, RCP comienza la siguiente fase de nuestro camino.

Si bien una parte de este compromiso se refiere a centrarse en el cambio dentro de la organización, también nos comprometemos a formar parte de un esfuerzo concertado para que las empresas mejoren su sostenibilidad, no solo a través de los productos, sino también mediante recursos y herramientas educativos.

CREEMOS QUE, CUANDO LAS EMPRESAS HACEN QUE SUBA LA MAREA DE LA SOSTENIBILIDAD

TODOS FLOTAMOS CON ELLA.





EL

COMPROMISO PERMANENTE DE RCP CON USTED

“Nuestro Love Sustainability Journey es el primer paso para involucrarles a ustedes, nuestros clientes, en todo lo que Rubbermaid Commercial Products (RCP) está haciendo a nivel global para asegurarnos de que operamos de la forma más sostenible posible.

RCP tiene una tradición de desarrollo de productos altamente duraderos que resisten el paso del tiempo. Esto equivale a menos necesidad de fabricar más unidades, menos transporte y menos almacenamiento que cuando se trata de alternativas de menor calidad, que deben ser sustituidas con frecuencia. Todo ello es mejor para el planeta. Sabemos que, como empresa de fabricación, no podemos quedarnos ahí.

Los valores de Newell son la verdad, la transparencia, el trabajo en equipo y la confianza, todo lo cual pretendemos proporcionar a lo largo de nuestro camino.

Invertir en soluciones sostenibles no solo es lo correcto, sino que es imprescindible para conseguir valor a largo plazo y para la viabilidad de nuestros recursos, nuestra gente, nuestras comunidades y nuestro negocio.»



Mike McDermott

CEO, Commercial Group, Newell Brands

HAGÁMOSLO JUNTOS

NUESTRO MARCO DE SOSTENIBILIDAD Y HOJA DE RUTA

Nuestro camino se centra en cinco áreas:

Productos, Certificación e innovación, Embalaje, Operaciones, Cultura y educación.



Productos, Certificación e innovación

Contamos con 6 medidas de diseño para la sostenibilidad (DFS, por sus siglas en inglés):



LONGEVIDAD DE LOS PRODUCTOS

Productos de alta calidad con buena apariencia que funcionarán bien durante mucho tiempo.
Compre mejor, desperdicie menos.



EFICACIA DEL SISTEMA

Diseñado para evitar o reducir al mínimo el desperdicio de recursos a lo largo de cada fase del ciclo de vida, incluso dentro de las instalaciones del cliente.



ELECCIÓN RESPONSABLE DE LOS MATERIALES

Decisiones sobre materiales que minimizan el agotamiento de los recursos naturales y que garantizan que estos se obtienen de forma responsable.



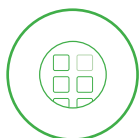
CONSIDERACIÓN DEL FINAL DE LA VIDA ÚTIL

Fomentar la circularidad y reducir al mínimo el impacto medioambiental al final de la vida útil de un producto. En EMEA, se ha demostrado que nuestros sistemas de reciclaje mejoran las tasas de reciclaje en un 47 % y desvían 500 toneladas de lo que antes se recogía como «residuos generales» a la economía circular.



ADAPTAR LA OFERTA

Formas alternativas de satisfacer las necesidades de los clientes que reducen el impacto ambiental.



MODULARIDAD Y COMPATIBILIDAD

Diseño adaptable para aumentar la vida útil de un producto o proporcionarle una segunda vida. Los diseños modulares tienen más posibilidades de ser reparados o actualizados para lograr una vida útil más larga, su fabricación es más eficiente y son más fáciles de renovar, volver a fabricar o reciclar.



Newell es miembro de la **Sustainable Packaging Coalition desde 2019**, y RCP se ha alineado con la misión y la visión de la organización de un mundo en el que el embalaje, entre otros objetivos, se obtiene de forma responsable, está optimizado para ser eficiente y se recupera de forma efectiva siempre que sea posible.

Empaque

Para el embalaje empleamos las medidas DFS Eficiencia del sistema, Elección responsable de los materiales y Consideraciones sobre el final de la vida útil.

Un elemento esencial de nuestro enfoque de la sostenibilidad del empaque es elegir nuestros materiales de forma selectiva, y buscar oportunidades para minimizarlos sin comprometer la integridad. Al evaluar nuestro uso de material de embalaje, RCP se centra en 1) utilizar solo el material que necesitamos, 2) abastecernos de forma responsable, p. ej., investigando las inversiones en plásticos reciclados y fibras sostenibles y 3) garantizar que el embalaje tenga una segunda vida o vuelva a la economía circular cuando haya cumplido su función.



Operaciones

Con el fin de reducir nuestro impacto ambiental, Newell se centra en las oportunidades de mejorar la eficiencia energética en todas nuestras instalaciones, así como en la inversión en soluciones de energía renovable por primera vez, y RCP está explorando actualmente soluciones de energía renovable para algunos de nuestros centros de fabricación en Europa.

El objetivo de nuestro trabajo de cumplimiento social es abastecernos de forma responsable a través de proveedores que se ajusten al Código de conducta para proveedores de Newell, al tiempo que mejoramos la satisfacción de nuestros clientes y usuarios finales.



Cultura

Aspiramos a ser un empleador preferido y un lugar extraordinario para que la gente pueda trabajar, crecer y prosperar. Invertimos en nuestro personal, fomentando un entorno que alienta la franqueza y la comunicación y creando una cultura en la que la diversidad y la inclusión son esenciales.

Nuestro objetivo es crear un entendimiento de nuestro rumbo y nuestros objetivos de sostenibilidad para todo nuestro personal, comenzando con su entrevista y durante su proceso de incorporación.



Educación

El objetivo de RCP es informar y educar a nuestros empleados, socios de distribución e instalaciones de usuarios finales sobre la sostenibilidad en general y nuestras iniciativas a través de ideas, contenidos y programas sobre sostenibilidad personalizados, pertinentes y de liderazgo intelectual.

Love Recycling en EMEA, Reciclemos Juntos en LATAM, la SmartApp y SmartClean en APAC y Frontline Heroes en Norteamérica son ejemplos recientes.

La única manera de hacer que nuestro Love Sustainability Journey llegue a todos es trabajar en colaboración con las principales partes involucradas, pero sobre todo con nuestros clientes de todo el mundo. Es necesaria la reflexión colectiva cuando la Tierra más lo necesita.






¹²Our Vendor Code of Conduct establishes the standard of conduct we expect from our suppliers in several areas, including human rights, labor, environmental compliance, and management practices. In addition, our Responsible Sourcing Manual provides detailed, technical specifications for factory standards, as well as corrective actions suppliers can take should they fail to meet those standards. We are constantly updating and evolving our standards and our Vendor Code of Conduct to keep pace with emerging issues, regulations, and customer expectations. In 2021, we updated our Vendor Code of Conduct to solidify our position on zero-tolerance issues, and to incorporate our expectations that suppliers do not charge recruitment fees to workers.

LOS OBJETIVOS DEL VIAJE

LOVE SUSTAINABILITY DE RCP

Rubbermaid Commercial Products, como una de las marcas emblemáticas y líder de Newell, está alineada con los objetivos de ciudadanía corporativa establecidos en el 2021 Corporate Citizenship Report (Informe sobre ciudadanía corporativa para 2021), publicado en marzo de 2022 (que se muestra a continuación). RCP también se compromete a desarrollar y hacer un seguimiento de los objetivos concretamente relacionados con nuestra cartera de productos y las operaciones, el envasado y la certificación asociados, que se compartirán como parte de las actualizaciones de nuestro Viaje en los próximos 5 años.

 OBJETIVO	 FECHA DEL OBJETIVO	 PROGRESO EN 2021
PRODUCTOS, CERTIFICACIÓN E INNOVACIÓN		
<p>Todas las innovaciones de productos nuevos deben incluir al menos una de las seis estrategias de sostenibilidad en su núcleo.</p>	2022	EN CURSO
EMBALAJE		
<p>Obtener el 100 % de nuestro empaque de papel de origen directo de fuentes certificadas, verificadas o recicladas.</p>	2025	EL 90% EN NORTEAMÉRICA
<p>Eliminar el uso de cloruro de polivinilo (PVC) y poliestireno expandido (EPS) de todos los embalajes.</p>	2025	NUEVO OBJETIVO
<p>Utilizar al menos un 20 % de material no virgen (contenido reciclado) en el embalaje de plástico para los productos fabricados por Newell.</p>	2025	NUEVO OBJETIVO
OPERACIONES		
<p>Reducir las emisiones de GEI de alcance 1 y 2 en un 30 % (referencia de 2016).</p>	2025	28%
<p>Reducir los residuos que van a vertederos en un 90 % mediante el control de nuestras prácticas actuales en materia de residuos y continuar con la implementación del uso de soluciones de reciclaje de RCP en todas nuestras instalaciones.</p>	2025	58%
<p>Convertir el 30 % de la electricidad que Newell consume en la fabricación en aquella producida de forma renovable.</p>	2030	8%
<p>Lograr la neutralidad de carbono para todas nuestras emisiones de alcance 1 y 2 en toda nuestra cartera global en todos los centros de fabricación, distribución, almacenamiento y oficinas.</p>	2040	NUEVO OBJETIVO
CULTURA		
<p>Elaboraremos un informe anual en el que se muestren nuestros últimos avances y cómo nos está yendo con respecto a nuestros objetivos.</p>	2023	1^{ER} INFORME ANUAL: 2023
EDUCACIÓN		
<p>Seremos claros y honestos en nuestras comunicaciones. NUNCA recurriremos al «ecoblanqueo».</p>	2022	EN CURSO



lovesustainability.com



Let's do this together