



UNILEVER

INNOVACIÓN AL SERVICIO DEL CLIENTE

FORO ARAGÓN EMPRESA 2012

Jaime Aguilera, Zaragoza, 21 de noviembre



¿QUIÉNES SOMOS?



Unilever es una de las principales compañías de gran consumo a nivel mundial.

Nuestros productos se venden **en más de 180 países** y son utilizados por **2000 millones** de consumidores cada día.



NUESTRAS MARCAS



ESCALA Y ALCANCE GEOGRÁFICO



AMÉRICA

15.3 mil mio. €



EUROPA OCCIDENTAL

12.3 mil mio. €



ÁSIA, ÁFRICA, EU cent./este

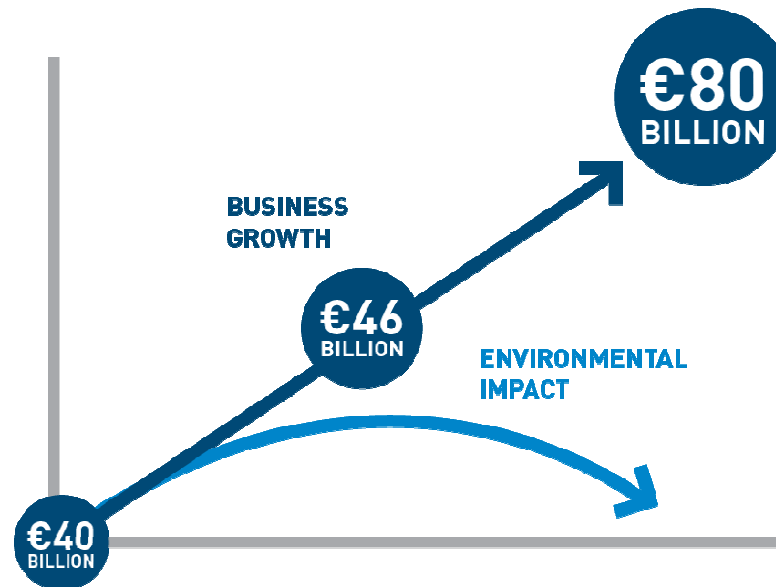
9 mil mio. €

46,5 mil millones de € en volumen de negocio en 2011

NUESTRA VISIÓN



- Trabajamos para crear **un futuro mejor cada día.**
- Desarrollamos nuevas formas de hacer negocios con el objetivo de **duplicar el tamaño de nuestra compañía**, al mismo tiempo que **reducimos nuestro impacto medioambiental** e **incrementamos positivamente nuestro impacto en la sociedad.**



NUESTRA ASPIRACIÓN

**HACER DEL
ESTILO DE VIDA
SOSTENIBLE
ALGO HABITUAL**

PLAN DE UNILEVER PARA UNA VIDA SOSTENIBLE



TRABAJAMOS PARA CREAR UN FUTURO MEJOR CADA DIA

SALUD Y BIENESTAR

MEDIO AMBIENTE

CALIDAD DE VIDA

AYUDAR A 1000 MILLONES DE PERSONAS A MEJORAR SU SALUD & BIENESTAR

REDUCIR A LA MITAD LA HUELLA MEDIO AMBIENTAL DE NUESTROS PRODUCTOS

100% DE MATERIAS PRIMAS PROCEDENTES DE LA AGRICULTURA RESPONSABLE



EL “BUSINESS CASE” DE LA SOSTENIBILIDAD

No se trata de puro compromiso social de las compañía...



PREFERENCIA DEL
CONSUMIDOR



GANAR CON EL CLIENTE



COSTES-BENEFICIOS



INNOVACIÓN



CRECER EN I+D+i



INNOVACIÓN

The image features a dark blue background with a large, white, sans-serif word 'INNOVACIÓN' centered in the upper half. The bottom of the image is decorated with a geometric pattern of light blue and white shapes, resembling a stylized landscape or a modern architectural design.

DIFERENTE TIPOLOGÍA DE CONSUMIDORES EN EL MUNDO

Recesión en “D”



Crecimiento en “D&E”



A todos ellos debemos ser capaces de **satisfacer sus necesidades** con nuestras marcas y productos

MARCAS CON VALOR AÑADIDO

OBJETIVO: MEJORAR EL IMPACTO SOCIAL



Dove[®]



Unilever



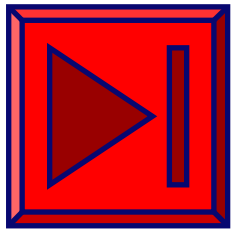
FUNDACIÓN DOVE PARA LA MEJORA DE LA AUTOESTIMA



Desde 2005, **8 millones y medio de personas** jóvenes han recibido apoyo. Para 2015 **habremos ayudado a 15 millones**.

26 de noviembre, **Dove Day**: actividades para jóvenes en colegios de secundaria. En España, durante el curso escolar 2012-13, 1.200 habrán participado en algún taller de mejora de su autoestima.





LIFEBUOY Y EL CUIDADO DE LA HIGIENE

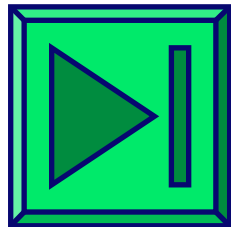


Lifebuoy es el **jabón contra bacterias n° 1 en el mundo**.

En 2015, nuestra marca Lifebuoy aspira a **cambiar los hábitos higiénicos de 1.000 millones de consumidores** al promocionar los beneficios de lavarse las manos con jabón en momentos clave.

Se ha demostrado que entre los niños que se lavan las manos con el jabón Lifebuoy se han reducido los casos de diarrea en un 25%, las infecciones respiratorias en un 19% y la ausencia a la escuela en un 40%.





FLORA PRO.ACTIV



Primer alimento funcional que reduce el colesterol aprobado como Nuevo Alimento por la UE lanzado en España. Más de 50 años investigando el ingrediente activo más eficaz en la reducción de colesterol (los **esteroles vegetales**).

El consumo de Flora pro.activ en el marco de una alimentación variada y equilibrada puede llegar a **reducir el colesterol de un 7 a un 10%**.





¡MUCHAS GRACIAS!

“Si llega la inspiración que me encuentre trabajando”

Picasso

