ATRAVESANDO FRONTERAS

De Argentina a Angola

ESTRENO EXCLUSIVO

- **Categoría 1:**
  Campaña General de Comunicación Institucional
- **Capítulo:**
  Campaña General de Comunicación
- **Título del programa:**
  Atravesando fronteras: de Argentina a Angola
- **Nombre de la compañía:**
  Grupo Arcor
- **Persona/s responsable/s del plan de comunicación:**
  Lázaro Quintin, Yésica Gonzalo, Micaela Goldstein, Jazmín Dakesian.

Introducción

Sobre Grupo Arcor

Somos un grupo multinacional de origen argentino, líder en la industria alimenticia, que cuenta con tres divisiones de negocio: Alimentos de Consumo Masivo en distintas categorías: Alimentos, Chocolates, Galletas, Golosinas, Helados y Productos Funcionales; Agronegocios y Packaging. A través de una gestión sustentable que atraviesa a todas las áreas y a la cadena de valor, desarrollamos marcas líderes para acompañar en cada momento del día a consumidores de más de 100 países.

Grupo Arcor en el mundo

Grupo Arcor surge en 1951 cuando un grupo de jóvenes emprendedores decidió abrir una fábrica de caramelos en Arroyito, Córdoba, con la mirada puesta en el futuro para transformarla en una empresa de alimentos capaz de atravesar fronteras. Desde estos inicios, el recorrido de la compañía ha estado marcado por la búsqueda permanente de nuevos horizontes. En este sentido, la estrategia de expansión internacional ha sido sostenida y en permanente crecimiento. Hoy en día, contamos con oficinas comerciales en América, Europa y Asia, y con más de 45 plantas industriales en Latinoamérica.

¡Primera planta productiva en África!

La presencia de Arcor en Angola, África, mediante la exportación, tiene más de 30 años, esta región siempre ha sido considerada como un importante mercado para la compañía. Marcas como bon o bon en la categoría de bombones, Serranitas y Maná en la categoría de galletas, y Sambapito en la de golosinas, son altamente reconocidas por los angolanos; especialmente bon o bon que, así como sucede en Argentina, es un producto icónico que ha alcanzado grandes volúmenes de venta en los últimos años.

Este reconocimiento por parte de los consumidores, junto con el auge de la industrialización en Angola, abrieron la puerta para dar un paso más en el continente africano: de exportadores a productores locales, con un rol preponderante a nivel industrial en la región y con los desafíos que esto conlleva: fabricación, comercialización y adaptación a la cultura local.

De esta manera, el 9 de junio de 2022, nuevamente abrimos las puertas de una fábrica, pero esta vez en Luanda, Angola; y no fue una fábrica más; inauguramos la mayor fábrica de chocolates, golosinas y galletas en este país.

Luego de más de tres años de trabajo, que incluyeron sortear la pandemia, construimos una nave industrial de 12.000 m2 con equipamiento de última tecnología, que responde a las mejores prácticas productivas.

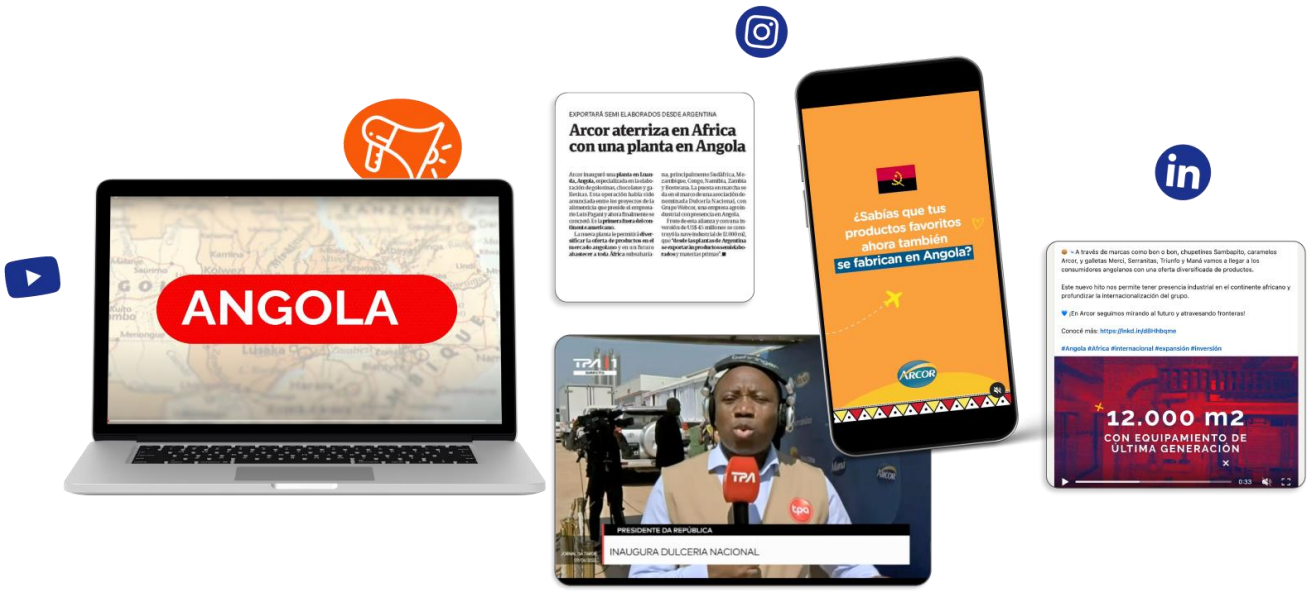
Con este gran hito en nuestra historia fortalecimos nuestra presencia industrial en la región y profundizamos la internacionalización del grupo. Además, diversificamos la oferta de productos en el mercado local y proyectamos, en un

futuro cercano, abastecer a toda África subsahariana, principalmente Sudáfrica, Mozambique, Congo, Namibia, Zambia y Botsuana.

Nacimos en Argentina, crecimos en Latinoamérica y nuestro mercado es el mundo. Una vez más, nuestro espíritu emprendedor nos empuja para seguir atravesando fronteras.

Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Para dar a conocer esta novedad realizamos un evento de inauguración en Angola, comunicamos la novedad en nuestros canales digitales y realizamos gestión de prensa en el país africano y en Argentina.



Sin embargo, un hecho de esta magnitud merecía ser contado de una forma diferente. Por eso, nos volvimos a desafiar reinventando la noticia con el objetivo de **aumentar la visibilidad de la inauguración de la planta en Angola y fortalecer el posicionamiento de la dimensión internacional de la compañía.**

¿Cómo lo hicimos?

¡Viajando! Para algunos colaboradores de Arcor este desafío implicó atravesar 8.300 kilómetros, salir de su país por primera vez, llegar a Angola y encontrarse con una cultura totalmente diferente. Para otros, aquellos nacidos en Angola, se trató de ser los anfitriones y, a su vez, aprender oficios nuevos. Idiomas y culturas diferentes se encontraron en un mismo lugar para trabajar en equipo y construir comunidad.

Con la idea de poner el acento en las personas, sus historias, sentimientos y expectativas, los invitamos a contar sus experiencias en el continente africano, de una manera disruptiva y con un formato propio de la industria cinematográfica: un corto documental. De esta manera, creamos ¨**Atravesando fronteras: de Argentina a Angola**”, una pieza que refleja el poder transformador que tiene Arcor en las comunidades, con especial foco en el trabajo en equipo, el valor humano y el potencial de la diversidad cultural.

Este corto fue dirigido por Ernesto Kullock, realizador visual, quien viajó a Angola para captar historias de argentinos y argentinas que emigraron para llevar sus conocimientos a los equipos angolanos. La producción duró más de seis meses y se filmó en Luanda, Angola, y en Argentina, en las provincias de San Luis y Córdoba.

Durante su desarrollo se registraron más de cuarenta testimonios, algunos de ellos fueron parte de un trabajo de investigación previo a la grabación del documental y en escena participaron más de 25 personas.

Mensajes clave

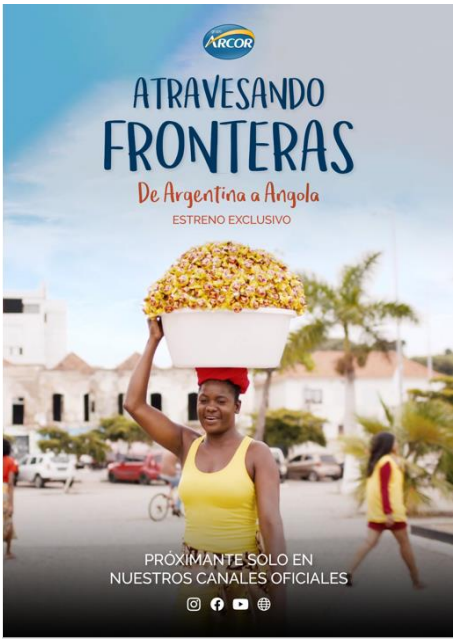
Los mensajes clave que transmitimos a través de este documental y teniendo en cuenta los objetivos de comunicación planteados fueron:

- **Arcor inauguró la mayor fábrica de chocolates, golosinas y galletas de Angola.**
- **Presentamos un corto documental que pone en el centro a las personas y cuenta cómo llegamos a África en la voz de los protagonistas de esta historia.**
- **Arcor es un grupo multinacional líder presente en más de 100 países, que recientemente abrió las puertas de su primera planta productiva en Angola, África.**

Nuestros públicos

Este hito en la historia de la compañía estuvo dirigido a nuestros públicos internos y externos. Preparamos comunicaciones para: colaboradores/as, líderes de opinión, periodistas y consumidores; para que todos puedan conocer el desembarco en Angola con este documental.

Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)



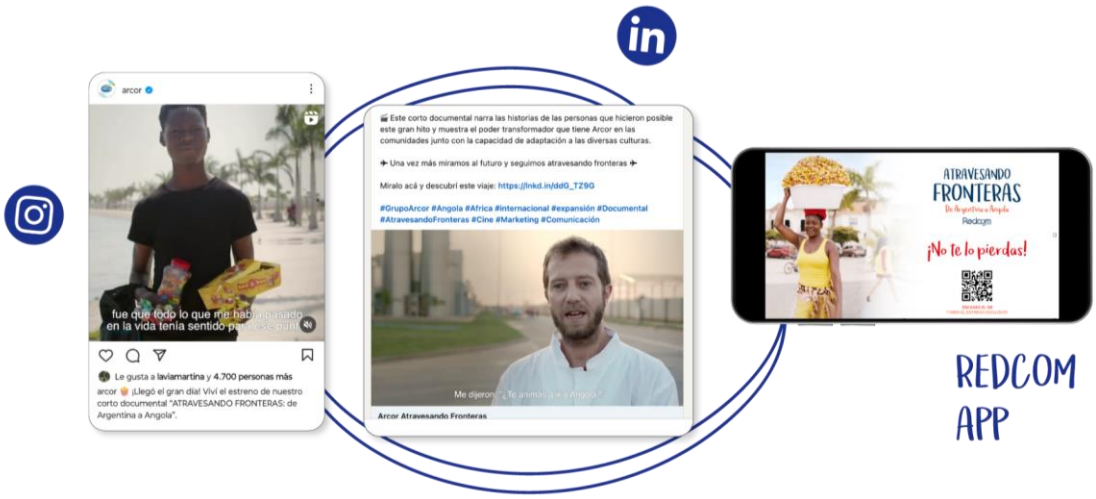
Semejante creación necesitaba una identidad visual a la altura, con recursos propios que lograran la épica que queríamos transmitir. En consecuencia, diseñamos una estética basada en el lenguaje cinematográfico, representativa del formato documental y en base a ella, desarrollamos todas las piezas de la campaña.

Para anunciar el gran lanzamiento comenzamos, de forma paralela, con comunicación interna: mailing, pantallas en plantas y oficinas y RedCom App (nuestra aplicación móvil para colaboradores/as), y comunicación externa en nuestros perfiles digitales: Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn. Este primer paso tuvo un formato de teaser en el que invitamos a las audiencias a estar atentas a nuestras comunicaciones porque estábamos próximos a dar un importante anuncio. Para esto, utilizamos distintas dinámicas y recursos para interactuar con ellas: recreamos salas de cines, entradas y hasta marquesinas.

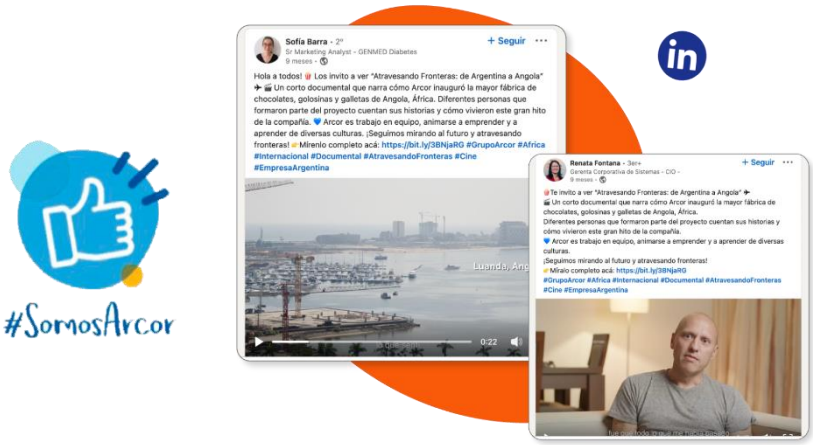
También diseñamos una pieza con el lenguaje visual propio de la industria del cine: un afiche de película, para comunicar que muy pronto se acercaba el estreno del documental y que se venía algo realmente grande.

Finalmente, el día del estreno llegó y los canales que elegimos se convirtieron en nuestra gran alfombra roja por la que pasaron contenidos que marcaron su impronta.

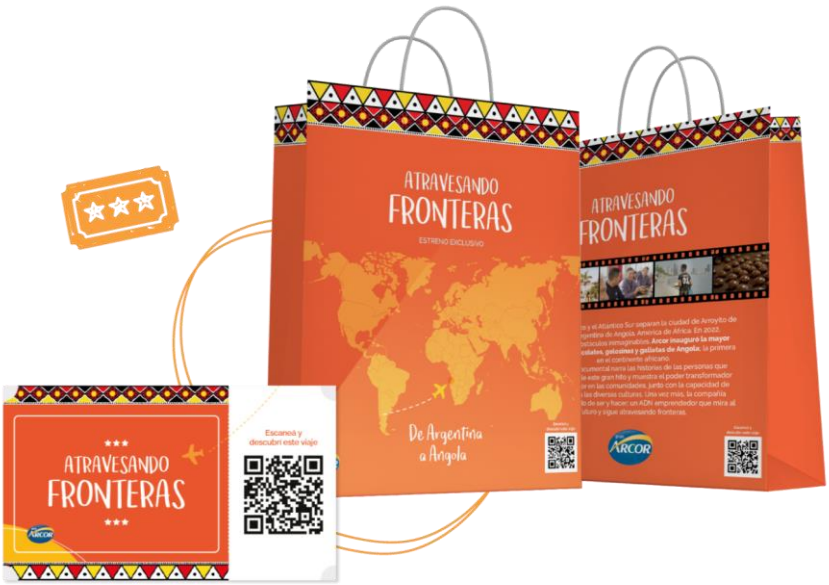
Creamos y compartimos en nuestras redes un trailer de 15 segundos, emulando el estreno de una película o serie icónica, para compartir en LinkedIn, Instagram y Facebook, YouTube y Twitter. También enviamos un mailing a colanoradores/as y a stakeholders externos con un diseño hecho a medida de la ocasión y compartimos el lanzamiento a través de listas de difusión de WhatsApp. Incluso, implementamos pauta en Meta y Youtube para alcanzar a más personas con el objetivo de que conozcan cómo desde Arcor llevamos la bandera argentina por el mundo. Todos los contenidos tuvieron redirección a nuestro canal de YouTube, donde alojamos el documental.



Pero, necesitábamos algo más: una comunicación de la que formaran parte los y las protagonistas de esta y todas nuestras historias: los/as colaboradores/as de la compañía. De esta manera, también lanzamos el programa de embajadores #SomosArcor, que convoca a las personas que forman parte de Grupo Arcor a ser embajadores para sus comunidades de LinkedIn mediante la publicación de contenidos sobre la empresa. En esta oportunidad, los invitamos a recomendar el documental y les propusimos contar qué emociones les produce esto.



Para amplificar aún más la noticia implementamos gestión de prensa y desarrollamos un press kit alineado a la estética visual cinematográfica y con un formato innovador: en su interior se podía encontrar una entrada de cine con un código QR que, al escanearlo, redireccionaba hacia el canal de YouTube para ver el estreno del documental. Fue recibido por 150 líderes de opinión y periodistas. Además, incluyó packs de bon o bon, nuestra golosina emblemática tanto para argentinos como para angolanos.



Resultados y evaluación

Con todas estas acciones logramos **más de 20.000** reproducciones del documental en YouTube. Así, invitamos a viajar y a descubrir que marcas tan queridas por los argentinos, como bon o bon, también están presentes en el África.
En relación con los contenidos publicados en Instagram, el trailer obtuvo más de 60.000 reproducciones y el resto de las publicaciones performaron con más de 1.6 millones de cuentas alcanzadas y más de 60 mil vistas en historias. Además, en Facebook alcanzamos 10 mil cuentas con las distintas propuestas de contenidos.
En LinkedIn logramos un récord con más de 200 mil cuentas alcanzadas, un 400% más que el promedio de nuestras publicaciones habituales. Además, más de 60 colaboradores se sumaron compartiendo contenido a través del Programa de Embajadores, #SomosArcor.
En relación con la comunicación interna, más de 2.000 colaboradores reaccionaron a los contenidos en nuestra App.

Con estos resultados, una vez más, pudimos comprobar todo lo que la comunicación puede alcanzar. A través de nuestro corto documental **demostramos** lo fundamentales y determinantes que son nuestros/as colaboradores/as para concretar y potenciar un proyecto, **generamos** una conversación positiva, llevando inspiración y orgullo por el país y por ser parte de Grupo Arcor a miles de personas, y **creamos** sinergia dentro y fuera de la compañía contagiando nuestras ganas de combinar experiencias en distintas partes del mundo para enriquecer miradas.
En Grupo Arcor, desde siempre, creemos en ir tras los sueños y hacerlos realidad. Todos los hitos de la historia de la compañía dan cuenta de que son las personas, su capacidad de emprender y trabajar en equipo, las que nos permiten alcanzar nuestras metas. En definitiva, “Atravesando fronteras: de Argentina a Angola” es una pieza de comunicación que da cuenta del poder transformador que tiene la comunicación. El formato nos permitió narrar este gran hito a través del testimonio de sus protagonistas, poniendo el acento en las historias, sentimientos y expectativas de quienes hicieron posible este proyecto.

Este corto refleja cómo Arcor continúa exportando un modo de ser y hacer, un ADN emprendedor que atraviesa fronteras y se alimenta de lo mejor de cada cultura para mirar al futuro en equipo.