



VIVIR
mejor

- **Categoría 2.1**
Campaña general de sustentabilidad
- **Empresa**
Grupo Arcor
- **Título del Programa**
Nuestra huella positiva para Vivir Mejor
- **Responsables del Plan de Comunicación**
Gerencia Corporativa de Comunicación Institucional y Servicios de Marketing
y Gerencia Corporativa de Sustentabilidad



VIVIR
mejor



EIKON 2023

Nuestra huella positiva para vivir mejor

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Grupo Arcor

Grupo Arcor es una compañía multinacional líder que cuenta con tres divisiones de negocio: Alimentos de consumo masivo, Agronegocios y Packaging. Su propósito es hacer accesibles las tendencias en alimentación para que todas las personas puedan vivir mejor y, en ese sentido, posee una gestión sustentable que atraviesa a todas las dimensiones de la empresa.

Sus productos se destacan por la calidad y llegan a más de 100 países con marcas líderes. Actualmente, la compañía cuenta con más de 45 plantas industriales en Latinoamérica, una planta industrial en África, y oficinas comerciales en cuatro continentes.

Un camino para Vivir Mejor

Desde sus inicios, Grupo Arcor ha tenido como visión ser una empresa que crece cuidando a las personas y al planeta.

En este sentido, siempre ha sido socialmente responsable en la gestión de todos sus negocios. En el año 2010, la compañía consolidó su primera *Política de Sustentabilidad*. Esto le permitió fortalecer el posicionamiento interno de la sustentabilidad como una forma de gestión transversal, pasando a ser parte de la planificación de todas las áreas, con objetivos estratégicos definidos y con la participación de toda la cadena de valor.

Luego de 10 años de trabajo, en el año 2020, momento bisagra a nivel mundial, en donde el planeta entero debió ponerse en pausa por la pandemia ocasionada por el covid -19, la compañía identificó que era momento de revisar y replanificar la Política de Sustentabilidad para alinearla a los nuevos desafíos globales y a la Agenda de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Para esto, se inició un proceso de planificación estratégica que incluyó el análisis y seguimiento de las principales tendencias en materia de sustentabilidad, la revisión de los hitos,



VIVIR
mejor



logros y desafíos que dejó la primera política en el período 2010-2020, y una extensa consulta a todos sus grupos de interés.

Es así como, en 2021, nació Vivir Mejor, una nueva Estrategia de Sustentabilidad con miras a 2030, que potencia la gestión del grupo en esta materia. Esta nueva estrategia surge en el marco del 70° aniversario de Grupo Arcor, junto con la definición del propósito corporativo: hacer accesibles las tendencias en alimentación para que todas las personas puedan vivir mejor.

En este sentido, Vivir Mejor llegó para desafiar el compromiso de Grupo Arcor con la Sustentabilidad, bajo la definición de tres pilares de trabajo que incluyen 3 compromisos cada uno. El pilar “Producir Alimentos Sustentables” se compromete con la alimentación saludable y accesible, la calidad a lo largo de toda su cadena productiva y el desarrollo de la agricultura regenerativa. Dentro del pilar “Promover la prosperidad de las personas” se encuentran los compromisos con la inclusión, diversidad y equidad; el bienestar laboral y el desarrollo de las comunidades y la cadena de valor. Por último, en el pilar “Preservar la sostenibilidad del planeta” la compañía se compromete con el cuidado del agua, la acción en favor del clima y la biodiversidad, y la circularidad de los empaques.

2) Propuesta – enunciado de campaña

Objetivos de comunicación

Para que esta nueva Estrategia de Sustentabilidad llegue más lejos, se delineó una campaña de comunicación integral que tuvo por objetivos: **dar a conocer y visibilizar el lanzamiento de Vivir Mejor y reforzar el posicionamiento de Grupo Arcor como una *brand to watch* dentro de la temática de sustentabilidad, buscando inspirar y despertar el compromiso en sus stakeholders.**

Estrategia

Se trazó una estrategia que contó con distintas aristas para lograr estos objetivos.

En primer lugar, se definió un **reencuadre estratégico** de esta iniciativa para enmarcarla dentro del propósito de la compañía; en paralelo, se construyó un storytelling que permitió contar este nuevo desafío a todos los públicos de manera cercana:



VIVIR
mejor



Entendemos que las empresas pueden ser un actor social que transforme y que promueva la preservación del medioambiente y el desarrollo de las comunidades.

Solo hay un planeta, y entre todos debemos cuidarlo.

Por eso, es necesario tomar decisiones hoy, mirando al futuro.

¿Qué significa cuidar el planeta?

¿Es solo “cumplir” y hacer acciones para mitigar el daño?

¿O es ir más allá y reconocer la oportunidad que tenemos para generar un impacto positivo en el futuro?

En Grupo Arcor elegimos mirar al futuro.

Por eso, trabajamos para dejar una huella positiva en cada paso que damos; potenciando lo que encontramos para hacerlo crecer y que todos podamos vivir mejor.

Siguiendo este storytelling, se ideó un **concepto creativo** lo suficientemente fuerte para ser capaz de unificar y dar coherencia a todas las comunicaciones referidas a la Estrategia de Sustentabilidad dirigidas a distintas audiencias y a través de diversos canales. Esto fue de suma importancia considerando el desafío de comunicar 3 pilares de trabajo con 3 compromisos cada uno. Así surgió **#NuestraHuellaPositiva** junto con la bajada: “Dejamos nuestra huella positiva en cada paso que damos para que todas las personas puedan vivir mejor”, que funcionó como mensaje clave y cierre de piezas.

Además, luego de un profundo análisis de las proyecciones y desafíos de todas las áreas de trabajo que abarca la nueva estrategia de sustentabilidad, se identificó un **diferencial estratégico** para potenciar el atractivo de la comunicación en los distintos públicos implicados. Dentro del pilar “Preservar la sostenibilidad del planeta” se encuentra el compromiso de Grupo Arcor con la preservación de la biodiversidad y las áreas naturales. En el marco de este compromiso, la compañía protege más de 14 mil hectáreas; entre las que se encuentra el Bosque Natural Vivir Mejor, nombrado de esta manera en el marco de este lanzamiento.

Este bosque, de más de 4 mil hectáreas, fue seleccionado como un diferencial clave y estratégico para la comunicación. Ubicado en la Finca la Providencia, su



extensión equivale en tamaño a aproximadamente 8 mil estadios de fútbol. Es una zona de alta conservación y valiosa biodiversidad que alberga más de 100 especies de mamíferos y 500 de aves, entre las que hay especies autóctonas y especies en peligro de extinción. En el Bosque, Grupo Arcor realiza tareas de enriquecimiento forestal con especies nativas, como el cedro, que contribuyen a disminuir los efectos erosivos del viento sobre el terreno, proteger las riberas del río y de los arroyos, y crear corredores ecológicos interconectados que sirven de refugio para la fauna nativa.

Por último, la compañía creó **un logo y un key visual** propio para Vivir Mejor, de forma tal que las comunicaciones relacionadas se destaquen dentro de sus canales.

Mensajes clave

Esta campaña estuvo atravesada por dos tipos de mensajes clave. Por un lado, los mensajes institucionales, que dieron cuenta de los aspectos más técnicos de Vivir Mejor y, por otro lado, los mensajes clave conceptuales, que lograron traducir la Estrategia de Sustentabilidad a un público más general.

Mensajes clave institucionales:

- Nuestra Estrategia de Sustentabilidad Vivir Mejor fue desarrollada en base a nuestro compromiso con la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030 de la ONU.
- Nuestra Estrategia de Sustentabilidad Vivir Mejor posee 3 pilares de trabajo: Producir alimentos sustentables, Promover la prosperidad de las personas y Preservar la sostenibilidad del planeta.

Mensajes clave conceptuales:

- Dejamos nuestra huella positiva en cada paso que damos para que todas las personas puedan vivir mejor.
- Somos una empresa con ADN sustentable.
- La sustentabilidad es nuestro modo de ser, hacer y crecer.



VIVIR
mejor



Públicos

Se identificaron dos grupos de destinatarios: colaboradores/as de Grupo Arcor, para quienes era necesario que conozcan, comprendan e internalicen esta nueva Estrategia, con el objetivo de aplicarla a sus planes de trabajo; y, por otro lado, líderes de opinión, periodistas y académicos para mostrar la evolución del grupo en esta materia.

Canales de comunicación utilizados

Para comunicar la nueva estrategia de sustentabilidad, Vivir Mejor, se realizó un gran evento interno para todos los colaboradores/as de Arcor y otro evento externo dirigido a stakeholders. Luego para la campaña de comunicación, se utilizaron todos los canales de comunicación internos y los canales de comunicación externos corporativos:

1. Internos:

- Mailing
- Intranet
- Pantallas de TV en las oficinas y plantas industriales (RedComTV)
- App corporativa con más de 12 mil usuarios (RedComApp)

2. Externos:

- LinkedIn
- Mailing
- Web Arcor
- Web Vivir Mejor
- Prensa y auspicios

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Nueva identidad visual

Se creó una identidad visual para Vivir Mejor, que implicó el desarrollo de un logo y un key visual teniendo en cuenta todas las dimensiones de la estrategia.

El logo representa los pilares de trabajo con un color para cada uno de ellos; el naranja ilustrado con iconografía de alimentos representa el pilar "Producir alimentos sustentables". Luego, aparece la tierra figurada en color verde que



VIVIR
mejor



remite al eje “Preservar la sostenibilidad del planeta”, y también, en violeta, se ilustran personas para mostrar el pilar “Promover la prosperidad de las personas”, haciendo referencia a la relevancia del respeto por la diversidad. Además, cada uno de los nueve compromisos cuenta con sus íconos característicos.

Esta identidad visual, junto con el storytelling desarrollado, fueron la materia prima principal para transmitir de qué se trata Vivir Mejor a un público no especializado en materia de sustentabilidad de manera cercana.



Campaña de comunicación interna

Video de lanzamiento:

Se desarrolló un [video](#) que apela de manera directa a los colaboradores/as, explicando que se comenzó una nueva etapa en relación con la gestión sustentable y que invita a todos a formar parte.

Videos de pilares de trabajo y del Bosque Vivir Mejor:

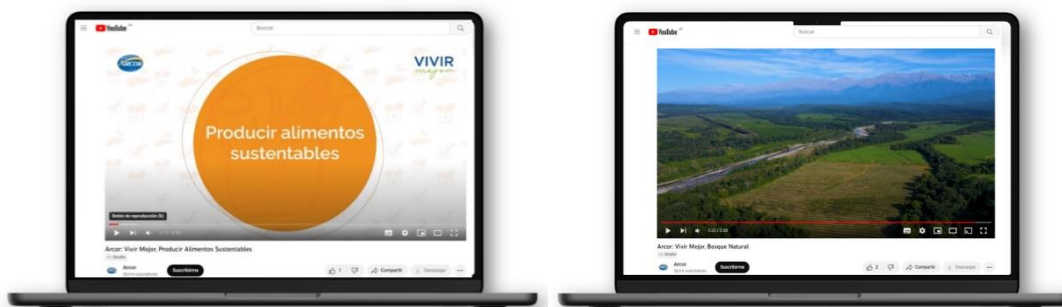
Para ahondar en cada pilar de trabajo se crearon videos explicativos de cada uno de ellos en donde los protagonistas fueron los/as colaboradores/as



VIVIR
mejor



que llevan adelante iniciativas de sustentabilidad, quienes, explicaron en estas piezas cómo se logra [producir alimentos sustentables](#), [promoviendo la prosperidad de las personas](#) y [preservando la sostenibilidad del planeta](#). Además, se desarrolló un video que muestra las tareas que se llevan adelante en el [Bosque Vivir Mejor](#), inaugurado en el marco del lanzamiento de la nueva Estrategia.



Eventos virtuales:

Se llevaron adelante tres eventos virtuales, uno en Argentina, otro en Brasil, y otra para la Región Andina (Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) que contaron con la participación del Presidente de la compañía, Luis A. Pagani, y con moderadores reconocidos en cada uno de los países. Particularmente, en el caso de Argentina, la moderadora fue la periodista Eleonora Cole.





VIVIR
mejor



Campaña de comunicación interna sostenida:

Luego de esta primera presentación de la Estrategia, que incluyó la difusión de los videos y del evento, comenzó una nueva etapa de comunicación interna, que se llevó adelante durante todo el segundo semestre del año y que implicó el desarrollo de contenidos que profundizaron la explicación de cada uno de los pilares de trabajo y del concepto de “huella positiva”.



Campaña de comunicación externa

Evento de lanzamiento:



Para dar a conocer la nueva estrategia de sustentabilidad a stakeholders externos, se llevó adelante un evento virtual exclusivo, en el que participaron referentes de sustentabilidad, periodistas y académicos. Esta iniciativa también contó con la conducción de Eleonora Cole, quién, a su vez, entrevistó a

Luis A. Pagani. Además, participó Sebastián Bigorito, CEO de CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible).



VIVIR
mejor



Campaña de comunicación en LinkedIn:

Se llevó adelante una campaña de comunicación en LinkedIn, una red social clave para la compañía, donde tiene una comunidad de más de un millón de seguidores. Esta campaña comenzó en junio, con el lanzamiento de la estrategia y continuó hasta fin de año.

Se planificaron distintas etapas de comunicación: presentación general, desarrollo de pilares de trabajo y compromisos con highlights y, finalmente, su destacado: el Bosque Natural Vivir Mejor.

Todas estas comunicaciones se crearon con una perspectiva didáctica y con un tono amigable y cercano para llegar todos los públicos que componen la comunidad de la compañía en esta red.

Video de lanzamiento:

Con un [video](#) de lanzamiento se comunicó la nueva Estrategia. En el mismo se explican los pilares de trabajo y se muestra cómo se compone el logo de Vivir Mejor con cada uno de ellos.

Etapas de presentación:



La campaña continuó con la presentación del concepto: “Nuestra Huella positiva” y qué significa esto para la compañía. Para eso, se generó un contenido explicativo y se apeló a dos voceros. La primera vocera fue Bárbara Bradford, Gerenta de Sustentabilidad de Grupo Arcor, y el segundo fue un referente externo, Sebastián Bigorito, CEO de CEADS (Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible), que acreditó la visión de la compañía.



VIVIR
mejor



Etapa de profundización:

La segunda parte de la campaña en LinkedIn explicó a la audiencia cada uno de los pilares de trabajo con contenidos que presentaron casos concretos para ejemplificar cómo se llevan adelante.



Cierre de campaña:



Para finalizar la campaña en LinkedIn, se realizó un video de cierre que resumió la Estrategia pasando por sus tres pilares y sus compromisos. Además, como evidencia de que Grupo Arcor deja una huella positiva en el planeta, se realizó un contenido específico presentando las áreas naturales que preserva la compañía en Tucumán y Misiones, y explicando su importancia.



VIVIR
mejor



Sitio web de Grupo Arcor:

El sitio web de Grupo Arcor funcionó como fuente de información de Vivir Mejor. Todas las comunicaciones redirigieron al sitio para que quienes estuvieran interesados en conocer más, pudieran encontrar allí más detalle. Para este espacio se crearon notas que bajaron el contenido técnico a un lenguaje cercano y amigable para que sea comprensible para un público amplio. Se crearon los siguientes artículos:

- [Vivir Mejor: nuestra huella positiva](#)
- [Producimos alimentos sustentables dejando #NuestraHuellaPositiva](#)
- [Trabajamos para promover la prosperidad de las personas](#)
- [Preservamos la sostenibilidad del planeta](#)
- [Preservar áreas naturales es Vivir Mejor](#)

Sitio Web Vivir Mejor:

Para potenciar aún más el alcance de esta nueva estrategia, se enmarcó la presentación del Reporte de Sustentabilidad 2021 dentro de esta campaña de comunicación. En paralelo, este nuevo reporte fue estructurado en función de los pilares y compromisos de Vivir Mejor.

Para darlo a conocer de una manera dinámica y accesible, se desarrolló un [micrositio](#) con destacados del reporte y con videos explicativos de la nueva estrategia.





VIVIR
mejor



Auspicios en medios especializados:

Se pautaron auspicios en los medios IARSE, ComunicaRSE y Gerencia Ambiental con piezas gráficas y digitales. Además, a través del medio ComunicaRSE, se realizó un envío de mailing a toda su base de datos, en donde Bárbara Bradford invitó a conocer la Estrategia.



Gestión de prensa:

Se elaboró un comunicado de prensa enfocado en Vivir Mejor, que fue difundido en medios de comunicación especializados.

4) Resultados/evaluación

Mediante las acciones internas y externas planteadas logramos llegar a todos nuestros públicos y pudimos inspirar y movilizar a la acción a cada uno de ellos.

En LinkedIn realizamos contenidos a lo largo de seis meses. Todos ellos alcanzaron más de 300.000 cuentas con comentarios positivos acerca de las acciones del grupo.

En cuanto al evento cerrado de lanzamiento, se registraron más de 100 conectados, entre ellos: periodistas especializados en sustentabilidad,



académicos de diferentes universidades y Directores de Sustentabilidad de otras compañías.

En relación con la gestión de prensa, Vivir Mejor estuvo presente en los principales medios de comunicación de Sustentabilidad: Presente RSE, Economía Sustentable, ComunicaRSE, Gerencia Ambiental y Visión Sustentable. En cuanto a las acciones internas, los eventos que realizamos en Argentina y en la región contaron con más de 1000 colaborados/as conectados/as, y los contenidos de la app interna registraron más de 6000 visualizaciones.

De esta manera, la compañía continuó consolidando su posicionamiento como una empresa referente y pionera en sustentabilidad. A través de una comunicación sostenida logró dar cuenta de distintos ejes de trabajo para cuidar a las personas y al planeta mientras produce alimentos sustentables. En definitiva, se transmitió que Grupo Arcor produce en armonía con la naturaleza, con la mirada puesta en dejar una huella positiva en cada paso y con la sustentabilidad como forma de ser, hacer y crecer para que todas las personas puedan vivir mejor.