Premios Eikon 2019

NOMBRE DEL PROGRAMA: “Reconocimiento a los colaboradores 25 años y jubilados 2018”

CATEGORÍA 7: Comunicación Interna

COMPAÑÍA: Grupo Logístico Andreani

ÁREAS: Gerencia de Comunicaciones y Sustentabilidad

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN: Verónica Zampa, gerenta de Comunicaciones y Sustentabilidad

UN TWITT: Grupo Logístico Andreani reconoce la diversidad generacional y el valor de las personas, celebra la experiencia y las acompaña en todas las etapas de su desarrollo.

**Introducción**

*Grupo Logístico Andreani es la compañía líder en logística en Argentina, con una fuerte inversión en* *la aplicación y desarrollo de tecnología para brindar soluciones diferenciales a sectores de alto valor agregado: laboratorios farmacéuticos, cosméticos, entidades financieras, telecomunicaciones, marketplace y venta directa, entre otros.*

*Su vasta experiencia la posiciona para gestionar con éxito los distintos aspectos del* supply chain*, tanto para las cadenas de comercialización* business to business *como para las* business toconsumer*. Opera en Brasil, donde desarrolló una estructura propia en los principales puntos industriales del sur y sudeste del territorio de aquel país, y concretó una alianza estratégica con el Grupo Costa Oriental para extender su actividad a Uruguay.*

La empresa cuenta con cerca de 5000 empleados y lleva adelante una estrategia de comunicación interna que favorece la generación de un buen clima de trabajo y contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas puertas adentro de la compañía.

En el marco de esa estrategia de comunicación *indoors*, todos los años realiza un **encuentro especialmente dedicado a reconocer a los colaboradores que cumplen 25 años de trayectoria en la empresa y a quienes ser retiran con motivo de su jubilación.** En un contexto en el que culturalmente se valora más a los jóvenes y nuevas generaciones, el Grupo Logístico Andreani entiende que es fundamental para su cultura la diversidad generacional y busca reconocer los aportes de la experiencia, que ha contribuido al crecimiento sostenido y exponencial de la compañía.

*Hay una correlación muy grande entre creatividad, innovación y la experiencia que uno tiene. Creatividad es unir puntos de una manera nueva, con un valor agregado y en la medida en que una persona tiene más experiencia y más años, tiene muchos más puntos para unir. La plenitud creativa no se alcanza a los 20 o a los 30, sino mucho más adelante en la vida.*

Sebastián Campanario “La revolución senior”

## 2) Propuesta de campaña

La campaña de comunicación interna **“Reconocimiento a los colaboradores 25 años y personas que se retiran con motivo de su jubilación 2018”** estuvo dirigida a los colaboradores del Grupo Logístico Andreani que cumplieron su vigesimoquinto aniversario de trayectoria dentro de la compañía y a los que se jubilaron durante el 2018.

### Participantes del evento

### 16 gerentes y miembros del directorio

### 8 jubilados 2018

### 11 jubilados de años anteriores

### 42 colaboradores 25 años

El objetivo de toda la campaña fue poner en valor la experiencia de los colaboradores, reconociendo la importancia que tienen para la compañía como miembros activos, con mucho para compartir e inspirar a las otras generaciones que conviven en las mismas áreas de trabajo.

La idea fuerza elegida en esa ocasión fue **“*Celebramos lo que nos une como equipo*”,** con un estilo futbolístico que destacó el compañerismo, trabajo colaborativo y pasión habitualmente vinculados a ese deporte.

La actividad principal fue un día de campo celebrado en La Santina Posada, el 29 de marzo de 2019, pero el plan de comunicación se puso en marcha 20 días antes y continuó 5 días después de esa fecha, con comunicados vía intranet, comunicación directa por teléfono y correo electrónico y entrega de presentes personalizados.

## 3) Desarrollo/ejecución del plan

El plan comunicacional comenzó en 8 de marzo con una **videocámara viajera**, que recorrió sucursales y plantas de Andreani en los diversos puntos del país donde se encontraban los colaboradores que serían homenajeados. De esta manera, y con la ayuda de un responsable por sede (por lo general, gerentes y jefes de equipo), se grabó una videopresentación de cada colaborador protagonista como si se tratase de un futbolista profesional. Recibieron junto a la cámara un flyer con los tips para que la grabación en cada destino sea lo más uniforme posible. Los jefes o gerentes hicieron el rol de directores de la grabación, mientras que los colaboradores fueron los actores.

Además, en paralelo, se citaron a los colaboradores de Buenos Aires a dos jornadas de grabación con un equipo de producción profesional. Durante las grabaciones se indagó acerca de las habilidades de cada uno, para definir su rol en el guion: algunos tuvieron un micrófono tipo notero y dieron algunos titulares o cumplieron prendas relacionadas con la temática. Otros, recibieron una pelota de fútbol con estética Andreani para gambetear en cámara con sus compañeros de trabajo o fueron filmados atajando penales.

**Como ya es tradición en Andreani, el evento convocó también a jubilados de años anteriores, lo que dio lugar a un emotivo reencuentro y profundizó el intercambio intergeneracional entre ellos y los jubilados recientes y colaboradores en actividad que cumplían 25 años en la empresa.**

## El día más esperado

Muy temprano por la mañana hubo tiempo libre para actividades recreativas como paseos en bicicleta, mesas de truco, ajedrez, metegol, pool, tenis de mesa y mateadas al aire libre. Una vez presentes todos los invitados, las actividades principales del 29 de marzo de 2019 comenzaron en La Santina al mediodía, con una recepción de bienvenida con productos de la zona. Se ambientó el espacio con la musicalización de una banda local, se preparó un *photo* *oportunities* con carteles temáticos y se aprovechó para realizar una foto grupal.

Luego se invitó a todos al almuerzo en el que recibieron la bienvenida formal al evento, a cargo del CEO de la empresa, quien resaltó la importancia que todos tienen tanto en la historia como el presente de la compañía. Repasaron los hitos destacados del año con un video que ya contaba con la participación de algunos de los invitados. **Pero el momento clave se centró en la proyección del video de reconocimiento, realizado a partir de las filmaciones en las sucursales y plantas con la videocámara viajera, momento en que se vieron todos en acción, como un gran equipo de fútbol, DT y cuerpo médico, preparados para un nuevo gran partido, mezcla entre experiencia y actitud. El cuerpo técnico aportando desde su experiencia y sabiduría, los jugadores desde la fuerza, la actitud y el trabajo conjunto.**

Tras el almuerzo, llegó un momento muy esperado por los colaboradores: la entrega de reconocimientos. Las palabras de agradecimiento de Oscar Andreani, presidente del Grupo, y un sentido brindis, fueron el cierre de la jornada.

Como recuerdo, cada homenajeado recibió una bolsa Andreani con los siguientes obsequios:

- **Tarjeta de agradecimiento** firmada por Oscar Andreani, presidente de la empresa

- La **foto grupal** tomada al inicio del evento, impresa en el momento y entregada en carpeta

- **Un álbum de figuritas Andreani**. Esta pieza fue diseñada el estilo de los tradicionales álbumes comerciales tipo Panini Fútbol, pero con estética Andreani y con los homenajeados como protagonistas: con sus imágenes y datos personales en las coloridas figuritas, entregadas en sobres de diez unidades variadas.

- Un pendrive con el video en el que fueron protagonistas

-Todo en una bolsa sustentable realizada por un equipo de la Cooperativa La Juanita.

## 4) Resultados y evaluación

El reconocimiento a los colaboradores de 25 años y jubilados es una actividad integradora y necesaria, que refuerza la cultura institucional y ayuda a crear un buen clima de trabajo. Sus protagonistas lo esperan con emoción, que se demuestra a través de llamados, correos y mensajes a los organizadores del reconocimiento, sus jefes y pares antes y después del evento, con agradecimientos y sentidas palabras.

Es un encuentro que favorece la integración intergeneracional y que, además, constituye un reconocimiento merecido, tras años de dedicación a una compañía con la que los empleados tienen lazos emotivos estrechos.

**La campaña busca poner en valor la diversidad generacional y la experiencia de los colaboradores, mostrándolos como parte de un equipo que tiene proyección a futuro, reconociendo la importancia de la trayectoria que suma conocimiento y que es valorada por las diversas generaciones que componen el Grupo Logístico Andreani.**

**TESTIMONIO: MIGUEL ROMERO**

*Este encuentro es para mí una caricia al alma, después de compartir tantos años juntos y tantos momentos, buenos y no tan buenos. Fue una reunión maravillosa donde nos atendieron con mucho afecto, me gustó mucho verme en el video como DT del equipo. Que Oscar (Andreani) esté aquí, compartiendo con nosotros, agradeciéndonos porque fuimos parte del crecimiento de la empresa, es muy emocionante…creo que todos sentimos que la empresa nos valora mucho. ¡Gracias!*