**Premios Eikon 2019**

**Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:**

Categoría 3: Asuntos públicos/lobbying

**Título del programa:**

Inauguración de nave productiva en planta de San Fernando

**Nombre de la compañía:**

Grupo Bimbo

**Departamento, área (consultoras de relaciones públicas u otras en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:**

Asuntos Públicos y Relaciones Institucionales de Grupo Bimbo con la colaboración de la consultora LLYC.

**Persona/s responsable/s del plan de comunicación:**

Gabriela Guajardo Gutiérrez – Jefa de Comunicación y Asuntos Corporativos Grupo Bimbo Cono Sur.

María Dolores Fernández – Coordinadora de Responsabilidad Social Empresaria Grupo Bimbo Argentina.

**Un twitt que identifique y defina el propósito del programa.**

@bimboargentina continúa apostando año a año al crecimiento productivo del país con grandes inversiones como la inauguración de cuatro líneas de producción en su planta de San Fernando en 2018.

1. **Introducción (planteo y diagnóstico)**

Grupo Bimbo es la panificadora más grande a nivel mundial, cuenta con más de 139000 colaboradores, tiene 197 plantas de producción y aproximadamente 1800 centros de venta localizados estratégicamente en 32 países. Asimismo, produce más de 13000 productos bajo más de 100 marcas.

Con presencia ininterrumpida en Argentina desde 1995, Grupo Bimbo posee actualmente 5 plantas en el país (4 en la provincia de Buenos Aires: San Fernando, Pilar, Hurlingham y General Rodríguez; y 1 en Córdoba) y 18 centros de venta. A su vez, cuenta con más de 2000 colaboradores directos y más de 1000 indirectos.

A lo largo de sus 24 años de desarrollo en Argentina, Grupo Bimbo ha invertido e innovado en tecnología, know-how, ingredientes y procesos. En 2016 inauguró su planta en la localidad de Malvinas Argentinas, en la provincia de Córdoba. El costo de la obra superó los 1485 millones de pesos y generó alrededor de 200 puestos de trabajo representando un hito para la comunidad local. A su vez, en 2017 invirtió más de 3150 millones de pesos. Todos estos sucesos fueron acompañados por LLYC, la consultora que viene asesorando a Bimbo en la gestión de asuntos públicos hace más de diez años.

A lo largo del 2018, tanto Grupo Bimbo como LLYC continuaron trabajando en visibilizar el compromiso de la empresa de panificados con el crecimiento productivo de Argentina. Es por esto que se pensó en realizar un evento de inauguración de una nave productiva en la planta situada en la localidad de San Fernando, provincia de Buenos Aires. El estreno de estas cuatro líneas de producción representó una inversión de 600 millones de pesos que le permitirá a la compañía seguir creciendo en el país.

Desde un comienzo se planeó como un evento en el que participarían las autoridades de los tres niveles del Estado - nacional, provincial y local- y funcionarios referentes en materia de producción y empleo. Además, se invitó a periodistas, representantes de sindicatos, concejales, directores de empresas y autoridades de cámaras empresariales.

El objetivo general fue que la inauguración de la nave productiva marque un nuevo hito de profundización en la relación que Grupo Bimbo tiene desde hace años con los distintos gobiernos, en pos de potenciar la generación de empleo, la innovación constante y la sustentabilidad en el país, que son los pilares de la empresa.

**2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)**

Las bases estratégicas para realizar la inauguración de un nuevo sector dentro de la planta de San Fernando fueron planeadas en una reunión de Kick Off entre Bimbo y LLYC en febrero de 2018. Desde ese momento se comenzó a trabajar en el planeamiento y organización del evento que finalmente se llevó a cabo el 15 de agosto de ese mismo año.

Dentro de los objetivos propuestos se encontraron:

* Profundización del posicionamiento institucional de Grupo Bimbo como empresa líder en panificados dentro de las esferas públicas y privadas.
	+ Es por esto que se gestionó la presencia de actores clave al evento con dos metas:
		- Reafirmar la relación previa con algunos stakeholders.
		- Comenzar un acercamiento con nuevos actores con los que la empresa aún no tenía vínculo.
* Realización de una estrategia proactiva para que la inauguración represente un hito más dentro de la historia de Grupo Bimbo en Argentina.
	+ Se buscó la generación de un nuevo suceso dentro de la compañía luego de la apertura de la planta de Malvinas Argentinas en 2016.
* Visibilidad de Grupo Bimbo como una compañía que apuesta al país a través de inversiones y generación de empleo.
	+ Para esto, era necesario lograr impactos positivos en medios nacionales y redes sociales.
* Integración de Grupo Bimbo con las comunidades locales donde se sitúan sus plantas reforzando su licencia social para operar.
	+ Para seguir visibilizando el impacto positivo de la empresa con los vecinos se invitó a autoridades locales y se buscó lograr la mayor cantidad de notas en diarios locales posible.
* Adaptación de las estrategias globales de asuntos públicos a Argentina.
	+ Se debieron alinear los mensajes clave con la narrativa mundial de Grupo Bimbo como:
		- Empresa con “sentido humano”: reconoce la dignidad de la persona. Valora el talento, la experiencia, conocimiento y virtudes.
		- Compañía con “productos para todos”: desarrolla productos con calidad superior y fomenta estilos de vida saludable.
		- Grupo Bimbo con un “camino sustentable”: fortalece el desarrollo económico, el bienestar de las comunidades y el cuidado del medioambiente.

Los mensajes clave que se comunicaron a través del evento de la inauguración de la nave productiva en la planta de San Fernando fueron:

* + - La ampliación y recambio de tecnología representó una inversión de alrededor de 600 millones de pesos que les permitirá seguir creciendo en el país.
		- Tras adquisición de la planta en San Fernando en 2016, en dos años se aumentó en la cantidad de empleados en un 30% (de 350 a 460) y se triplicaron las toneladas de producción mensuales (de 500 a 1500).
		- A partir de este recambio de tecnología de último nivel, Grupo Bimbo contará con mayores certificaciones internacionales para incrementar la productividad y llegar a más destinos internacionales como Chile, Paraguay y Uruguay.
		- A través del programa Buen Vecino benefician cada año a comunidades colindantes a las instalaciones.
* Como parte de la promoción de un estilo de vida saludable, organizan la Global Energy Race, una carrera que se corre simultáneamente en más de 20 países del mundo.

Los canales de comunicación externos fueron variados. Se utilizó tanto el camino institucional (invitación a correos institucionales de funcionarios y cartas escritas a autoridades) como también los contactos previos que se forjaron con la relación de Grupo Bimbo y LLYC con el sector público y privado a lo largo de los años.

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

El plan de trabajo conjunto entre Grupo Bimbo y LLYC se dividió en dos instancias. En la primera, de febrero a mayo, se realizó el planeamiento general del evento, mientras que en la segunda etapa se llevó a cabo la ejecución del plan de acción.

**Etapa 1: Análisis y Estrategia**

* Realización de reunión de Kick off en febrero de 2018 y celebración de encuentros de planeamiento bimensuales.
	+ Elaboración de plan de acción y calendarización de próximos pasos.
* Mapeo de actores con los que Grupo Bimbo tenía relación previa y con los que se debería reunir por primera vez para que conozcan la empresa antes de la inauguración.
* Elaboración de lista de invitados incluyendo empresarios, representantes de cámaras empresariales, autoridades de sindicatos y funcionarios nacionales, provinciales y locales.
	+ La dificultad a sortear fue la diferencia de signo político entre los funcionarios de nación y provincia de Buenos Aires (Cambiemos) y de San Fernando (Frente Renovador).
		- La solución fue armar un listado equitativo entre fuerzas políticas. También fue importante mantener un diálogo proactivo con estos actores en todo momento.
* Realización de perfiles de funcionarios que asistirían a la inauguración.
* Enumeración de periodistas y medios para enviar invitación y compartir gacetilla de prensa post evento.
* Elaboración de un panorama político y económico de Argentina, provincia de Buenos Aires y municipio de San Fernando.
* Preparación de voceros que comuniquen las acciones que Grupo Bimbo lleva realizando en Argentina.
	+ Elaboración de mensajes clave que la empresa necesite explicar a los stakeholders.
	+ Preparación de Questions & Answers (Q&A) con posibles preguntas y respuestas de funcionarios y medios sobre las gestiones de Grupo Bimbo en Argentina y su postura ante ciertos temas de coyuntura política y económica.

**Etapa 2: Ejecución del plan**

* Realización de reuniones periódicas a la largo de 2018 con funcionarios clave con el objetivo de hacerles conocer la planta de San Fernando e invitarlos personalmente a la inauguración de la nave productiva.
	+ Algunas de las autoridades que se reunieron con Diego Bustos, Gerente General de Grupo Bimbo Argentina, y el equipo de LLYC en San Fernando fueron:
		- Javier Tizado, ministro de Producción de la provincia de Buenos Aires.
		- Horacio Barreiro, subsecretario de Trabajo de la provincia de Buenos Aires.
		- Fernando Grasso, secretario de Industria del ministerio de Producción de la Nación.
		- Alex Campbell, subsecretario de Asuntos Municipales de la provincia de Buenos Aires.
		- Agustina Ciarletta, concejal (Cambiemos) por el municipio de San Fernando.
		- Luis Freitas, secretario de Gobierno de la municipalidad de San Fernando.
* Envío de save the date, invitaciones y reminders por correo electrónico a los potenciales asistentes a la inauguración.
* Realización y envío de cartas físicas formales a las principales autoridades invitadas: Mauricio Macri, presidente de la Nación; María Eugenia Vidal, gobernadora de Buenos Aires; Dante Sica, ministro de producción de la Nación; Javier Tizado, ministro de producción de la Nación; y Alex Campbell, subsecretario de Asuntos Municipales de la provincia de Buenos Aires.
* Asesoramiento en el discurso inaugural de Diego Bustos, gerente general de Grupo Bimbo Argentina:
	+ En la alocución, se trabajó en destacar la historia de la empresa en Argentina y las acciones de responsabilidad social, además de la importancia de la inversión hecha como una apuesta más al futuro de Argentina: “Esta fábrica la adquirimos en marzo de 2016 y, desde ese momento, nos preocupamos por sacar su máximo potencial, invirtiendo en tecnología y logrando su renovación. En menos de dos años y medio no sólo se cuadruplicaron las toneladas de producción, sino que aumentó un 30% la cantidad trabajadores”.
	+ También se buscó enfatizar la importancia de la provincia de Buenos Aires para la empresa: “Debido a nuestra vasta historia en la provincia, este anuncio se ha vuelto especial para nosotros. Desde 1995 apostamos por esta gran provincia, donde nuestra primera fábrica fue instalada en el partido de Pilar. De esta manera continuamos fortaleciendo nuestra presencia en el suelo bonaerense”.
* Organización del evento teniendo en consideración el protocolo de la empresa.
	+ Armado de plano con las ubicaciones de invitados.
	+ Pautado de la agenda del evento con horarios fijos.
		- Inicialmente, el evento comenzó con el recibimiento de autoridades y recorrida de la planta con los mismos. Fue un espacio para generar conversación y fortalecer los vínculos de Diego Bustos con funcionarios.
		- Continuó con el inicio formal del evento con el Discurso de Diego Bustos y de Fernando Grasso, Javier Tizado y Santiago Aparicio. Más tarde fue el corte de cinta y se realizó un cocktail.
* Elaboración y envío de gacetilla de prensa a medios previamente seleccionados luego del evento.
	+ Gestión de notas en medios de comunicación nacionales como Clarín, La Nación, El Cronista, BAE y Ámbito Financiero.
	+ Realización de entrevista de Diego Bustos por la periodista Nuria Rebon para la nota “Con $ 600 millones, Bimbo amplió su planta de San Fernando” del diario El Cronista del 16 de agosto de 2018 (ver Anexo).
* Monitoreo de medios y redes sociales para registrar impactos y realizar una evaluación del evento.

**4) Resultados y evaluación**

La inauguración de la nave productiva contó con la presencia de:

* Fernando Grasso, Secretario de Industria de la Nación.
* José Ignacio García Hamilton, Jefe de Gabinete de la Secretaría de Comercio de la Nación.
* Mabel Gómez Oliver, Embajadora de México en Argentina.
* Javier Tizado, Ministro de Producción de la provincia de Buenos Aires.
* Enrique Cánepa, Jefe de Gabinete del Ministerio de Producción.
* Horacio Barreiro, Subsecretario de Trabajo de PBA.
* Santiago Aparicio, Presidente del Concejo Deliberante de San Fernando.
* Gabriel Juan Sbruzzi, Cámara de Comercio Argentino Mexicana.

Los funcionarios resaltaron el trabajo de la compañía tanto en la Argentina como en la provincia de Buenos Aires. Fernando Grasso expresó en su discurso dentro de la ceremonia: “Algo que para nosotros está muy alineado con los objetivos de Gobierno es básicamente poder darle crecimiento a la Argentina en base a la inversión y el crecimiento de las exportaciones”.

Luego, Javier Tizado comentó: “Siempre hablamos con la Gobernadora Vidal de que queremos cambiarle la vida a la gente y eso es lo que hizo Bimbo en los últimos años, que la gente pueda tener trabajo, que es dignidad”. Además, agregó: “la inauguración de una inversión productiva es una foto de la provincia que queremos. En cada trabajador de esta planta, hay una esperanza de construir la provincia que soñamos juntos. Gracias a Bimbo por confiar en Buenos Aires”.

Por último, Santiago Aparicio, Presidente del Concejo Deliberante de San Fernando, remarcó: “Casi 400 personas trabajarán en la planta, lo que representa 400 familias que tendrán un mejor futuro. Que haya una empresa de estas características internacional, que realice semejante inversión, es digno de destacar”.

Por otro lado, el evento tuvo visibilidad en medios. La noticia de inauguración de las líneas de producción se publicó en los diarios de mayor tirada de Argentina tal como Clarín (207.000), El Cronista (58000), Ámbito Financiero (56000) y BAE (30000). Además, todas las menciones sobre la inauguración fueron positivas.

Cinco fueron los diarios nacionales que publicaron la noticia en su edición impresa. A su vez, en versión online, también se difundieron cinco notas. Por el lado de los diarios zonales y locales, las menciones escalaron a ocho (Ver anexo).

Asimismo, el municipio de San Fernando hizo el lanzamiento del video “Acompañamos a la inauguración de la ampliación de la planta de Bimbo”. El material fue elaborado íntegramente por el municipio y fue compartido en su página institucional y su canal de youtube (ver link).

En conclusión, la realización del evento fue exitosa ya que los objetivos iniciales fueron cumplidos con creces: Grupo Bimbo fortaleció su relación con las distintas esferas de gobierno; tuvo una exponencial visibilidad mediante la cobertura del evento en medios y redes sociales; y los impactos en medios locales logaron un acercamiento con funcionarios y con la comunidad local. Además, la inauguración de la nave productiva representó un nuevo hito en la historia de Grupo Bimbo en Argentina.