

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse: Categoría 2: 2.1 Campaña general de sustentabilidad

Título del programa: Fundación Carrefour: 20 años

Nombre de la compañía o institución: Carrefour Argentina

Departamento, área, consultoras de relaciones públicas o de otro tipo (en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:
Dirección de Asuntos Corporativos

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

- Francisco Zoroza, director de Asuntos Corporativos de Carrefour Argentina
- Valeria DiChiara, gerenta de Comunicaciones de Carrefour Argentina
- Daniela Braverman, jefa de Comunicaciones de Carrefour Argentina
- Milagros Escuti, analista de Comunicaciones de Argentina

20 años de puro compromiso

La Fundación Carrefour cumplió 20 años de trabajo continuo en la Argentina, y el festejo estuvo alineado a los valores que vienen cultivando en estas dos décadas: poner el bienestar de las comunidades, y en especial su nutrición, por encima de todo.

Es así que a la hora de pensar cómo celebrar esta fecha tan especial, el equipo de la Fundación decidió convocar a los voluntarios de Carrefour y concretar dos acciones: la primera fue equipar a 20 comedores comunitarios ubicados en distintos puntos de la Argentina (spoiler: finalmente fueron 23); y la segunda incluyó diferentes jornadas del programa "Sumando Voluntades", que incluyeron una cena denominada "Mesa en la Calle", en Plaza de Mayo, junto con la Red Solidaria, y que apuntó a tener charlas y acercar alimentos a personas en situación de calle.

Cabe destacar que, en estos 20 años, Fundación Carrefour trabajó junto a más de 170 partners a nivel nacional y apoyó más de 470 proyectos de alimentación y nutrición; medioambiente y biodiversidad; diversidad e inclusión; educación, salud y asistencia en desastres naturales.

¿Qué temas aborda la Fundación junto a sus voluntarios? El trabajo se basa en cuatro pilares: alimentación y nutrición, medioambiente y biodiversidad, diversidad e inclusión, y solidaridad.

Por todo esto, en su aniversario la Fundación Carrefour reafirmó el compromiso con la comunidad potenciando nuevos proyectos y lanzando sus programas propios en todo el país.

A su vez, Carrefour Argentina está presente en 22 provincias con un equipo de más de 17000 personas, esto significa poder invitar a una red de personas a sumarse a distintas iniciativas que llevamos a cabo en todo el país.

Propuesta y estrategia Zona de fuegos

Dos décadas de trabajo y presencia de la Fundación Carrefour en el país merecían un festejo a lo grande, pero que estuviera orientado a lo que más sabe hacer esta entidad: promover el cuidado de los otros, especialmente la nutrición.

Es por eso que el objetivo del festejo surgió rápidamente: poder dotar a 20 merenderos y comedores sociales de distintas partes del país con sus respectivas 20 cocinas. La acción creció y se desarrolló, llegando hasta completar el equipamiento de 23 entidades sociales.

Para esto fue clave la participación de organizaciones de la sociedad civil y socios estratégicos, porque desde la Fundación aseguran que los cambios se concretan y profundizan cuando se hacen mediante alianzas. Es por eso que recurrieron a su red de más de 100 ONGs, para poder empezar a trazar el mapa y detectar qué destinos necesitaban más esas cocinas.

Un detalle importante es que estos partners trabajan en la temática vinculada a la asistencia alimentaria, como los Bancos de Alimentos, el Ejército de Salvación, Cáritas Argentina, Cruz Roja Argentina, Haciendo Lío, Manos en Acción y Plato

Lleno, entre otros.

¿Qué sentido tuvo la convocatoria de estas ONGs? Desde la Fundación Carrefour les pidieron que propusieran por lo menos dos comedores de su red de asistencia que supieran que necesitaban equipamiento de cocina.

Este equipamiento se trató de baterías de cocina y otros utensilios que de alguna manera refuerzan y facilitan el enorme trabajo que hacen a diario los comedores sociales y los merenderos.

Nutrición 100%

Esta acción se complementa con diferentes jornadas del programa de voluntariados “Sumando Voluntades”, que reúne la buena voluntad de colaboradores, colaboradoras, integrantes de la cadena de valor y hasta de los mismos clientes.

En este caso lo que se pensó fue, junto a Banco de Alimentos, concretar una “Mesa en la calle”, que significó llegar a Plaza de Mayo con una cena en la que los invitados fueron personas en situación de calle. La clave es poder nutrirlos no solo con un plato de comida caliente, sino con un momento compartido, en el que se intercambian miradas y se les acercan ideas para ir reforzando su nutrición.

De esta acción participaron los colaboradores y colaboradoras de la sede administrativa y de las sucursales próximas a Plaza de Mayo se movilizan a cocinar, brindar asistencia y compartir un momento con personas en situación de calle, sumando además la entrega de textiles, materiales escolares, abrigos, entre otros.

Desarrollo/ejecución del plan

Organizar la logística

Uno de los mayores desafíos fue poder dar con los comedores y merenderos que más necesitaban las cocinas. En este sentido la ayuda y el conocimiento de las ONGs fue esencial, pero había que ir por más, poder tomar contacto con cada historia, conocer en profundidad la realidad de cada comunidad para poder llegar con el equipamiento indicado.

Por eso la Fundación Carrefour, con el listado de comedores en mano, inició una serie de entrevistas con los directores de estos espacios asistenciales para recolectar información y comenzar con la primera ronda de equipamiento.

El objetivo inicial fue el de equipar 20 comedores y, finalmente, se le dio elementos a 23, lo que fue más que un logro para la Fundación. Y un orgullo también, porque pudieron ampliar la mirada y llegar a comprender las complejidades de diferentes problemáticas, como la que vive la Asociación Civil

Mocha Celis, que fue el último comedor en entrar en la lista, y que busca garantizar de manera integral los derechos para las personas Trans, Travesti y No Binarias (TTNB), promoviendo una vida digna y plena.

Un punto importante es que la acción no solo implicó llevar las cocinas, instalarlas y dejarlas funcionando. En cada entrega se hizo una jornada de capacitación, para

que el comedor pudiera aprovechar al máximo sus recursos, como aprender a gestionar los desperdicios alimentarios, conocer más sobre seguridad y también cocinar platos con un mayor valor nutricional. Todo esto guiado y liderado por los expertos de calidad de la Fundación Carrefour.

“Con este proyecto buscamos ayudar a los que ayudan, poder instalar capacidad en aquellas organizaciones, en aquellas personas que ponen su granito de arena para hacer la vida de otras personas un poco mejor, a pesar de todas las dificultades que eso implica”, aseguró Yamila Scollo, gerenta de Sustentabilidad y RSE en Carrefour Argentina.

¡A cocinar!

¿Qué se le dio a cada comedor? Una batería de cocina que estaba acorde en función de la cantidad de personas que asistían a cada entidad, el tipo de asistencia que prestaba y la cantidad de comidas o tipo de comidas que preparaban.

Para poder determinar esto fueron vitales las entrevistas con cada uno de los comedores, porque allí surgieron las claves para comprender cómo equiparlos de la mejor manera. Y, por supuesto, si durante las charlas los expertos de Fundación Carrefour detectaban otras necesidades que pudieran solucionarse se integraban a la lista de cosas por hacer.

Por ejemplo, entre otras acciones, se incluyó hacer un contrapiso, arreglar una pared, extender una mesada. ¿Cómo se hicieron? Gracias a las acciones voluntarias del equipo de mantenimiento ya se concretaron varias y otras tantas están en desarrollo. Estas refacciones a veces no están ligadas directamente a las cocinas, pero sí hacen a la seguridad alimentaria y a la comodidad de quienes allí asisten.

Detalle importante: la compra de las baterías de cocina las hizo Fundación Carrefour a proveedores privados. “Fuimos en búsqueda de proveedores industriales y realizamos la compra, asesorados por un mapeo y un análisis previo de situación para entender cuáles eran los mejores recursos y las mejores herramientas que podrían ayudar a los comedores a mejorar”, relató Scollo.

También fue relevante que los comedores ya eran parte del programa de rescate de alimentos que Fundación Carrefour realiza a través de sus partners. Por eso fue importante detectar el tema de qué reformas edilicias necesitaban, ya que por ejemplo había que ver cómo almacenan los alimentos y qué espacios tenían para gestionarlos.

En este contexto, la red de rescate de alimentos se potenció: escaló en un 578% en los últimos años. Esto significó poder tener más conciencia de toda la gestión de stock e impactar positivamente en todo lo que es asistencia alimentaria, que lamentablemente es una realidad que Argentina vive.

Convocar voluntarios

El equipamiento de los comedores implicó una gran logística, por ende fue necesaria la colaboración de voluntarios y voluntarias de diferentes puntos geográficos del país. ¿Cómo se mantiene comunicación con tantas personas? Fundación Carrefour posee un canal directo vía e-mail para comunicar las

inscripciones a jornadas permanentes y focalizados por zona para acciones puntuales en una plaza.

Es así que en el programa de “Sumando Voluntades” se involucra a los equipos de voluntarios activamente en la transformación que promueve la Fundación Argentina. “Trabajamos por una construcción social equitativa e igualitaria para todas las personas. En definitiva es hacer lo que hacemos, desde nuestra actividad de retail, de manera responsable y consciente, pero también sumando ese granito de arena de involucrar a los equipos”, afirmó Scollo.

Parte de esto se vivió en la cena en Plaza de Mayo, en la que se tomó contacto con personas en situación de calle a la que los voluntarios y voluntarias de Fundación Carrefour acercaron un plato de comida, y también un momento de charla, de orientación y más.

“Quienes integramos Fundación Carrefour nos sentimos orgullosos y orgullosas de que participen directores como voluntarios en estas actividades. Nos pasa que las personas que habitualmente se acercan a la Plaza de Mayo nos recuerdan y se ponen muy contentos y contentas cada vez que vamos a compartir una noche con ellos/as. Eso nos permite que muchas personas se involucren con la causa y obviamente vuelven cada vez que realizamos la actividad”, contó Scollo.

Resultados y evaluación

Para Fundación Carrefour el resultado más buscado es el impacto positivo en la vida de las personas. “Los equipos interactúan sinérgicamente y conectan entre sí construyendo, a través de acciones concretas, una realidad mejor para quienes más lo necesitan”, aseguró Scollo.

De este modo, cada voluntario y voluntaria se convierte en un agente de cambio en pos de co-construir una sociedad mejor y más justa para todas las personas.

El aniversario en números

- 23 comedores y merenderos fueron equipados
- 950 personas fueron alcanzadas por las acciones
- 5600 personas fueron impactadas de modo directo
- 2899 fueron mujeres y diversidades.
- 11 fueron provincias donde se instalaron las cocinas
- Más de 130 voluntarios y voluntarias de Carrefour

Sumando Voluntades en números

- 27 voluntarios y voluntarias participaron
- 108 horas de trabajo donadas
- Más de 400 personas fueron impactadas por las acciones

Estrategia de comunicación

El plan de comunicación tuvo como objetivo principal brindar información sobre las acciones de la fundación y mantener actualizados a los más de 17 colaboradores y colaboradoras a lo largo de todo el país.

Se utilizaron como principales canales de comunicación interna el mailing, pantallas internas y algunos canales e instancias informales como grupos de WhatsApp y

reuniones/charlas de capacitación, de esta forma se buscó conectar a los colaboradores y colaboradoras de Carrefour de manera multidireccional e instantánea.

RESULTADOS DE LA CAMPAÑA

- Más de 4000 personas fueron parte de la campaña de mailing.
- 244 pantallas internas dentro de las tiendas en todo el país
- Más de 10 convocatorias para las jornadas de Sumando Voluntades
- Más de 200 horas de trabajo logradas para las acciones de la fundación
- 2 Videos producidos para comunicación interna y externa
- Más de 130 voluntarios y voluntarias de Carrefour