

**TÍTULO DEL PROGRAMA:**



**KIT DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2017**

Memoria y Estados Financieros  
Reporte y Brochure de Sustentabilidad  
Brochure Institucional



Tweet que identifica el propósito de la campaña

“ El kit es una pieza de comunicación integrada sobre el desempeño de Grupo Arcor en materia Institucional, Financiera y de Sustentabilidad. ”

**RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

**GRUPO ARCOR - Gerencia Corporativa de Comunicación Institucional**  
Valeria Abadi, Lázaro Quintin, Sofía Satragno.

## A | INTRODUCCIÓN

### ACERCA DE GRUPO ARCOR

Grupo Arcor, fundada en 1951 en la ciudad de Arroyito, Córdoba (Argentina), es un grupo multinacional argentino líder que se especializa en 3 divisiones de negocio: Alimentos de consumo masivo (Golosinas, Chocolates, Helados, Galletas y Alimentos), Agronegocios y Packaging.

Gestionando sus negocios de manera sustentable, Arcor desarrolla marcas líderes que son preferidas por consumidores de los cinco continentes. Su amplia gama de productos es de alta calidad y diferencial. Además, elabora productos que contienen ingredientes funcionales y promueven un estilo de vida saludable.

En la actualidad, Grupo Arcor es la principal empresa de alimentos de Argentina, el primer productor mundial de caramelos duros y el principal exportador de golosinas de Argentina, Brasil, Chile y Perú y a través de Bagley Latinoamérica S.A., la sociedad conformada con el Grupo Danone para los negocios de galletas, alfajores y cereales en Latinoamérica, es una de las empresas líderes de la región.





## ARCOR, UNA EMPRESA SUSTENTABLE

Desde sus orígenes, Grupo Arcor promueve la creación de valor económico, social y ambiental en el largo plazo, gestionando los riesgos y maximizando las oportunidades derivadas del negocio y su entorno.

Es por esto que impulsa iniciativas para cuidar el agua, respetar y proteger los Derechos Humanos y Laborales, hacer eficiente el consumo de energía y de los materiales de empaque, y promover la vida activa y alimentación saludable, que enmarca dentro de los compromisos de su Política de Sustentabilidad.

En 2016, se puso en marcha la Estrategia de Sustentabilidad 2020, que tiene el objetivo de incrementar el valor corporativo de la compañía a través de la gestión y gobierno sustentable de los negocios por medio de tres pilares de acción:

- Identidad sustentable: fortalecer la identidad de la compañía, basándola en los valores y la cultura de Grupo Arcor como elementos diferenciadores.
- Continuidad operacional: garantizar la continuidad de las operaciones del grupo a través de una gestión sustentable de todos los procesos.
- Crecimiento de la demanda: a través de modelos y estrategias de negocio, productos y marcas para generar vínculos sustentables

Con su Estrategia 2020, Grupo Arcor busca liderar la región en materia de sustentabilidad. De hecho, en la gestión 2017 se han llevado adelante 820 iniciativas en 13 planes operativos de sustentabilidad y con más de 3.000 colaboradores alcanzados por objetivos de sustentabilidad.



## DESAFÍO Y OBJETIVOS

El Kit de Comunicación Institucional 2017 de Grupo Arcor se encuentra integrado por la 57° Memoria y Estados Financieros; el Brochure Institucional y el 13ro Reporte de Sustentabilidad. Este conjunto de documentos registra el desempeño de la compañía en materia financiera, institucional y de sustentabilidad durante el último año en sus tres divisiones de negocio: Alimentos de consumo masivo, Agronegocios y Packaging.

El objetivo principal es desarrollar una pieza integrada que comunique clara, sintética y eficientemente la gestión de Grupo Arcor en materia Institucional, Financiera y de Sustentabilidad. En este desarrollo, se considera fundamental mantener la coherencia entre el contenido y el diseño, para poder interpelar desde un mismo material a un público objetivo muy diverso.

Los destinatarios de este documento constituyen un grupo heterogéneo entre los que se encuentran Entidades Financieras, Accionistas y Gerentes de Grupo Arcor, CEOs y Gerentes de empresas líderes, Líderes de opinión, Prensa especializada, Distribuidores, Clientes, Organizaciones Académicas, Organismos Internaciones (Unicef, OIT, Naciones Unidas), Organizaciones Empresariales (CEAT, UIA, UIC), Organismos Públicos, Colaboradores y Público Masivo.

Por otro lado, para la edición 2017 año se sumaron tres desafíos clave:

### 1. Grupo Arcor y una nueva configuración de sus negocios

En 2017, Grupo Arcor adquirió el 100% de la empresa Zucamor, única productora argentina de envases integrados con producción de papeles vírgenes y reciclados. A través de esta adquisición, el Negocio Packaging incorporó a su cartera la fabricación de Papeles de Fibra Virgen, Papel Bolsero y Bolsas de Papel y se convirtió en uno de los mayores productores de papel reciclado del país y Sudamérica. Por otra parte, se aumentó al 40,24% la participación de la compañía en la asociación con Mastellone Hnos.

En ese sentido, se definió que el Kit Institucional debía comunicar claramente esta nueva configuración de las tres divisiones de negocio de la compañía, incorporando en ellas la perspectiva de la sustentabilidad: **Alimentos de consumo masivo, Agronegocios y Packaging.**



## 2. Business 20/ capítulo de negocios del G20

Luis A. Pagani ha sido designado como *Chair* del Grupo de Trabajo de Alimentos Sustentables en el Business 20 (capítulo de negocios del G20). El Business 20 es un proceso anual de intercambio que reúne a la comunidad empresarial de los países del G20 y naciones invitadas, con el fin de aportar recomendaciones de políticas públicas concretas para un desarrollo inclusivo y sostenible. Es uno de los siete grupos de afinidad del G20 y nuclea a los principales actores del sector empresario nacional e internacional.



La participación de Arcor en este espacio es una gran oportunidad para incidir en la agenda global de la industria de alimentos y en las políticas públicas de los países que integran el G20, quienes representan más del 80% del PBI mundial, 64% de la población, el 73% de las exportaciones y el 61% de la inversión extranjera en el mundo.

El Kit Institucional es uno de los materiales de Arcor que se decidió entregar en las reuniones que comenzaron en febrero de 2018 en el marco del B20. En ese sentido, el plan de trabajo tuvo que agilizarse para contar con las versiones de los brochures en inglés a comienzos del 2018.

## 3. Los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) y Arcor

En septiembre de 2015, los 193 Estados miembros de la Organización de Naciones Unidas (ONU) adoptaron la nueva Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que incluye 17 Objetivos con 169 metas que abarcan las esferas económica, social y ambiental, con el fin de erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la paz y prosperidad para todos.

La gestión sustentable y la contribución a los ODS demandan integrar la sustentabilidad al negocio y la gobernanza de las empresas. En esa línea, desde Grupo Arcor se consideró una oportunidad única para alinear, priorizar y potenciar el impacto que genera. Por eso, se establecieron 11 ODS prioritarios para la Estrategia de Sustentabilidad 2020 considerando a los compromisos específicos y generales asumidos con el desarrollo sustentable dentro de la Política que se comunicaron en su Kit de Comunicación Institucional. El reporte se envía a la sede central del Global Compact de la ONU como informe de avance para que puedan evaluar si la compañía cumple con los ODS.



## MATERIALES DEL KIT INSTITUCIONAL

El kit 2017 está compuesto por las versiones impresas de la Memoria y Estados Financieros, el Brochure Institucional y un folleto con los destacados de la gestión 2017 presentes en el Reporte de Sustentabilidad. Por su parte, para público en general, existen versiones digitales que pueden encontrarse en nuestra nueva web institucional en las diferentes secciones por tema, y por otra parte, en la [Biblioteca Virtual](#) de la sección Sustentabilidad.



La [Memoria y Estados Financieros](#) en su 57° ejercicio consolida toda la información sobre el desempeño financiero de Grupo Arcor durante el año 2017, incluyendo a las sociedades de Argentina y a todas las filiales del exterior. Este documento se presenta sobre la base de aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). También presenta el informe sobre el grado de cumplimiento del código de gobierno societario, de acuerdo a lo requerido por las normas vigentes de la Comisión Nacional de Valores (CNV). Se encuentra disponible de forma online en la web institucional de Grupo Arcor en la sección [Información Financiera](#).

El [Brochure Institucional](#) es un cuatríptico que repasa de forma clara y sintética los principales aspectos de la compañía en materia Institucional, Financiera y de Sustentabilidad de la gestión 2017. Este tipo de material permite reemplazar, en muchos casos, la entrega de la Memoria y Estados Financieros y Reporte de Sustentabilidad en versiones impresas, a los cuales se puede acceder de manera online en la web corporativa en la sección [Quiénes Somos](#).



El [13° Reporte de Sustentabilidad](#) se presenta con el objetivo de compartir con todos los grupos de interés de la compañía, los avances en 2017 en cuanto a su aporte para la generación de valor económico, social y ambiental.

En esta nueva edición, la empresa da un paso más y se alinea a las mejores prácticas de reporting: el documento utiliza a los compromisos que conforman la Política de Sustentabilidad de Grupo Arcor como estructura interna de capítulos, e informa -de acuerdo con cada uno de ellos- los avances logrados en los temas asumidos como prioritarios para el grupo. También, en este Reporte se migró a los **nuevos Estándares GRI** (por sus siglas en inglés Global Reporting Initiative), e incluye en la tabla al final del documento la relación con los **criterios del Pacto Global de Naciones Unidas para COP avanzada y los Objetivos de Desarrollo Sostenible**. La información incluida abarca a todas las operaciones de la empresa y presenta los avances en la gestión sustentable durante el 2017, incluyendo a efectos comparativos indicadores correspondientes a períodos anteriores.

Se informan los avances en la gobernanza, gestión y monitoreo de la sustentabilidad, con 820 iniciativas incluidas en 13 planes operativos de negocio y más de 3.000 colaboradores alcanzados por objetivos de sustentabilidad. Como novedad, en cada uno de los capítulos del Reporte, se incluye la mirada de expertos que comparten su visión de los asuntos prioritarios para Grupo Arcor, aportando el contexto más amplio de sustentabilidad en el cual opera la empresa y su contribución para la mejora continua. La versión completa del mismo se encuentra disponible en la nueva web en la sección [Biblioteca Virtual](#).

Afianzando el compromiso con brindar información concisa y amigable, se desarrolló nuevamente un [Brochure de Sustentabilidad](#) en formato cuadríptico, en el que se comunican

los principales destacados del Reporte. Está incluido dentro de la bolsa contenedora con la Memoria y Estados Financieros y el Brochure Institucional, y se entrega en distintos encuentros, conferencias y charlas.



Por último, el [Video de Sustentabilidad](#) constituye una síntesis audiovisual que reúne los principales conceptos de la sustentabilidad en Arcor y los *highlights* de la gestión 2017.



### **Bolsa de lienzo producida por proveedor de Compras Inclusivas Responsables**

El elemento contenedor del Kit Institucional es pieza fundamental ya que es la primera instancia de acercamiento para comunicar el mensaje: “Alimentar vínculos para el desarrollo” desde diferentes aproximaciones.

Por un lado, el proveedor que produce el material -por tercer año consecutivo- es RedACTIVOS, una asociación sin fines de lucro que ofrece productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad para promover su autonomía social y económica, generando al mismo tiempo auto-sostenibilidad para

los programas de La Usina.<sup>1</sup>

Acompañamos la bolsa con una tarjeta personal con una leyenda que explica que la contratación del proveedor se realizó a través de la Iniciativa Compras Inclusivas Responsables (CIR) de Arcor. Este programa desde el 2006 tiene como objetivo ampliar y mejorar las fuentes de abastecimiento de la empresa, favoreciendo la inclusión social y económica de grupos que provienen de sectores de pobreza o vulnerabilidad.

Además, el material de la bolsa es lienzo, de modo que puede ser reutilizada.

## **B | Ejecución del Plan**

La Gerencia Corporativa de Comunicación Institucional, la Gerencia Corporativa de Sustentabilidad y la Gerencia Corporativa de Administración, gestionan de manera coordinada la elaboración de la Memoria y Estados Financieros, el Brochure Institucional y el Reporte de Sustentabilidad.

Para ello, más de 100 referentes de Argentina, Chile, México, Brasil, Perú y resto del mundo colaboran en equipo a lo largo de un año para poder consolidar este Kit de Comunicación Institucional.

Asimismo, los siguientes proveedores participan en la elaboración de las diferentes piezas: Leo Burnett en producción y diseño, Price Waterhouse en la producción de los contenidos del balance y Reporte Social en el contenido del Reporte de Sustentabilidad.

A través de las siguientes etapas sintetizar en el proceso de trabajo realizado en el último año:

---

<sup>1</sup> <http://redactivos.org.ar/>



# PROCESO DE TRABAJO

## I. RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN



### MEMORIA Y ESTADOS FINANCIEROS

- Relevamiento de la información de todas las empresas y filiales de Grupo Arcor.
- Consolidación en un documento.
- Redacción de contenidos.

### BROCHURE INSTITUCIONAL

- Consolidación y síntesis de la información financiera, institucional y de sustentabilidad.
- Redacción de contenidos.
- Traducción al inglés.

### REPORTE Y BROCHURE DE SUSTENTABILIDAD

- Relevamiento de información por parte del área de Sustentabilidad.
- Análisis de indicadores.
- Redacción de contenidos.
- Traducción al inglés del Brochure.

## 2. ETAPA DE DISEÑO



- Brief a la agencia de publicidad.
- Presentación de bocetos y líneas de diseño.
- Aprobación de la línea estética.
- Producción fotográfica en plantas y oficinas de la compañía y selección de imágenes para ilustrar cada documento.

## 3. PLANTADO DE INFORMACIÓN Y DISEÑO

- Plantado de información.
- Realización de tablas, gráficos e infografías.
- Revisión y control de los documentos.

## 4. ORIGINALES

- Armado de los originales para envío a imprenta.



## 5. IMPRENTA

- Impresión de los documentos.



## 6. VIDEO SUSTENTABILIDAD

- Actualización de cifras destacadas de la gestión 2017.



## 7. DIGITALIZACIÓN

- Desarrollo de las versiones de digitales de Memoria y Estados Financieros, Brochure Institucional y Reporte y Brochure de Sustentabilidad.



## 8. VERSIONES EN INGLÉS Y PORTUGUÉS

- Traducción de los documentos pendientes en inglés y portugués.
- Plantado de los documentos.
- Armado de los originales para envío a imprenta.
- Impresión de los documentos.
- Armado de las versiones digitales.



## 9. COMUNICACIÓN INTERNA

- Asamblea de Accionistas de Grupo Arcor.
- Envíos de ejemplares impresos a colaboradores de nivel gerencial.
- Mailing interno.
- Intranet corporativa.
- Carteleras en todas las oficinas y plantas de Grupo Arcor.



## 10. COMUNICACIÓN EXTERNA

- Entrega en eventos en el marco del B20.
- Envío del documento a contactos institucionales y líderes de opinión.
- Sitio web institucional.
- Redes sociales.
- Presentación a periodistas.
- Sitios web externos.



## DECISIONES DE DISEÑO

El diseño de la Memoria y Estados Financieros, el Reporte de Sustentabilidad y el Brochure Institucional año a año constituyen un gran desafío y una gran oportunidad para seguir consolidando la identidad institucional que desde la Gerencia de Comunicación Institucional se trabaja para consolidar e instalar entre los públicos de interés.

Este año, el punto de partida conceptual y estético se encontraba definido a partir de la comunicación de las tres divisiones de negocio que forman parte de la compañía. Para transmitir a través del diseño esta estructura de los negocios de Grupo Arcor, se optó por una serie de **recursos que permitieran poner en primer plano elementos gráficos que representaran de manera sintética esta aproximación.**

Para ello, se decidió por una línea de diseño con una fuerte impronta fotográfica: se seleccionaron fotografías del banco de imágenes de la compañía y se realizaron **dos producciones fotográficas en las plantas de Salto y Luján, Buenos Aires;** para contar con material nuevo de packaging y del negocio de galletas.

Algunas de las decisiones gráficas detalladas a continuación contribuyeron al objetivo de transmitir la conformación de Grupo Arcor como un conglomerado de tres divisiones de negocio y a lograr piezas amigables y pregnantes que permitan capturar la atención del lector que debe procesar un alto volumen de indicadores:

### 1) Estilos tipográficos y colores primarios

Con respecto a la tipografía, se priorizaron tipografías que pudieran ser amigables y que pudieran ayudar a definir claramente niveles de lectura y jerarquías. Por otro lado, la paleta de color primaria mantiene la predominancia del azul, color institucional de la compañía. De todos modos, a cada tipo de pieza se le asignó una paleta de colores que se encuentra asociada a la trayectoria de las piezas de los años anteriores.

La Memoria y Estados Financieros por su seriedad e información financiera, el azul oscuro. El Brochure Institucional; el azul celeste; y finalmente la variante verde a Sustentabilidad para jugar con la paleta de los verdes sustentables / ambientales.

Titular  
**BIG JOHN**

Titular 2  
**BIG JOHN | REGULAR**

Subtítulo  
**SLIM JOE**

Destacados  
**Open Sans SemiBold**

Texto  
**Open Sans Light**

Tonos primarios



PANTONE 654



PANTONE  
Medium Blue



PANTONE 326

## 2) Colores para cada negocio

Para darle visibilidad a cada uno de las divisiones de negocios, a la paleta corporativa primaria, le sumamos tonos secundarios. Celeste, para el negocio de Alimentos de consumo masivo; amarillo para Agronegocios y naranja para Packaging. Estos colores están presentes en distintos elementos de las piezas, ya sea en las tapas, carátulas, apartados, para contribuir con la identificación de los negocios.

Tonos secundarios



PANTONE 2985



PANTONE 1215



PANTONE 715



## 3) Tríada

La forma de la que partimos para la definición de la línea estética de este Kit, fue la del triángulo. Esta forma evolucionó en un diseño de tríada: 3 partes que representan cada uno de nuestros negocios. En todas las tapas de las piezas se trabajó con este concepto de tríada. Morfológicamente, además, las aperturas y separadores mantuvieron esta definición.

En el caso del Reporte de Sustentabilidad y su Brochure, estos 3 espacios se utilizaron para representar la generación de valor económico, social y ambiental en las tapas.



## 4) Sistemas iconográficos e infografías

Los íconos son clave como recurso gráfico dado que son una herramienta potente y eficaz para llamar la atención del lector y para lograr pregnancia en el alto volumen de información y categorías que se procesan en el Kit Institucional. Por ello, desarrollamos un sistema iconográfico y de infografías para transmitir de modo simple y amigable cómo Alimentamos vínculos para el desarrollo.



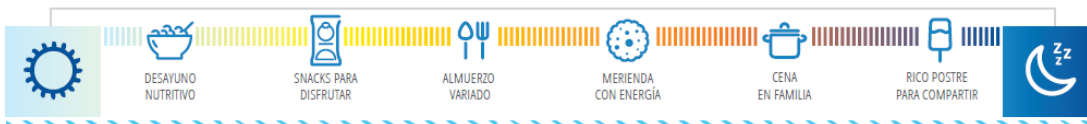
Desde el diseño se tomaron definiciones para potenciar los textos y cuadros; se pensó entonces en orden, claridad, jerarquías y en elementos de rápida lectura que permitieran resolver desde lo funcional, el material más duro y facilitar la lectura de lo que Arcor tiene que para decir:



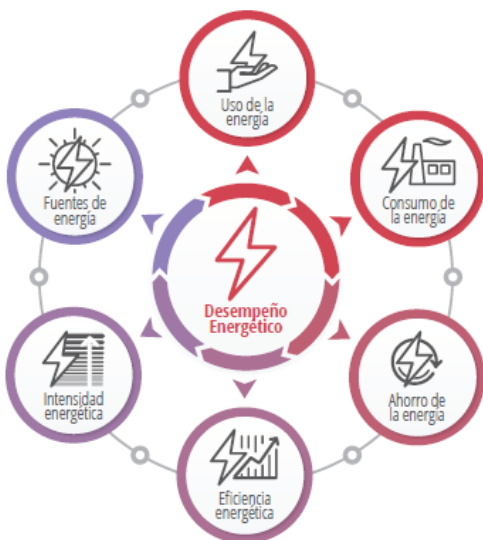
### Divisiones de negocios y negocios específicos



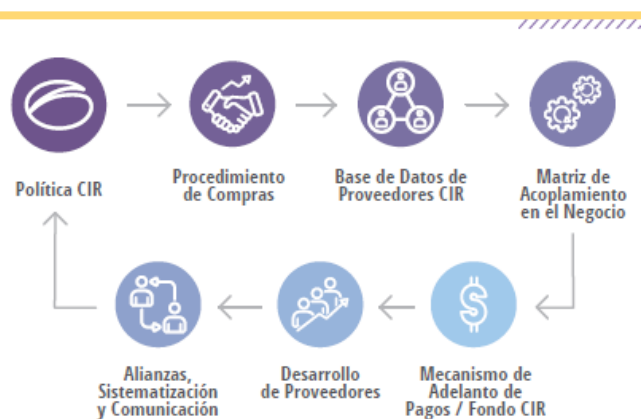
### Momentos del día



### Infografías de los materiales de sustentabilidad



### PROCESO CIR

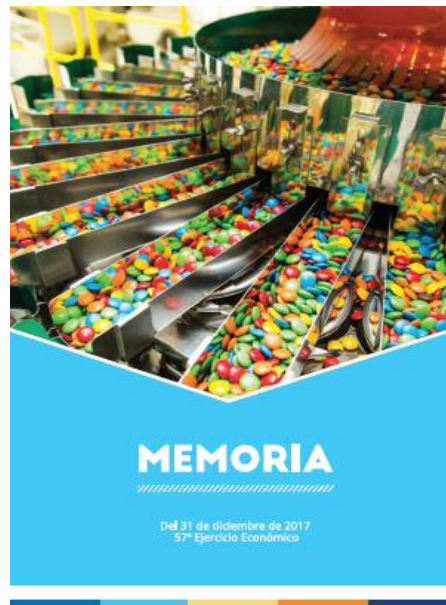


Compartimos debajo una serie de ejemplos donde se ven plasmadas estas decisiones de diseño, que consideramos que alcanzaron los objetivos de comunicación que propusimos:

Esquema en el que confluyen la tríada, los colores y los íconos para representar las 3 divisiones de negocio:



Carátulas de la Memoria y Estados Financieros representando las 3 divisiones de negocio:



## Canales y medios y público objetivo

Desde sus orígenes Grupo Arcor trabaja para ser una compañía cercana y comprometida con todos sus grupos de interés. Para ello, además de la entrega de 400 kits de Comunicación Institucional, la empresa cuenta con diversos canales mediante los que alcanza a los distintos públicos con los que se relaciona.



**En un proceso complementario, se están implementando diferentes iniciativas de comunicación interna y externa.**

### **Comunicación interna**

- Se presentó el Kit de Comunicación Institucional en la Asamblea de accionistas de Grupo Arcor.
- **Mailing interno:** se realizó un envío de “carta difusión” a referentes internos de sustentabilidad, colaboradores de los niveles gerenciales y Comité de Sustentabilidad.
- **Cartelera junio:** a través de un afiche en todas las bases y plantas de Grupo Arcor se comunicó el nuevo Kit de Comunicación Institucional.
- **Intranet junio:** se comunicaron las publicaciones a través de una nota con el acceso a los distintos materiales que se encuentran subidos en la plataforma.



### Comunicación externa

- Se publicó el Reporte de Sustentabilidad en bases de datos externas: UN Pacto Global, GRI y Corporate Register y la Memoria y Estados Financieros en la página de la Comisión Nacional de Valores.
- Se envió el documento junto a una carta de difusión, a líderes de opinión y a contactos corporativos.
- Se subieron las versiones digitales de los documentos en la nueva web institucional de Arcor.



### Elegí un documento para descargar

Conocé todos nuestros Reportes desde 2005





- El 17 de mayo se realizó la **presentación del Reporte de Sustentabilidad** a periodistas especializados y prensa en general. En el evento, los asistentes conversaron con referentes de distintas áreas de la empresa acerca de los desafíos de impulsar una gestión sustentable: estrategias de abastecimiento sustentable, cuidado del ambiente, comunidad y DDHH y vida activa y alimentación saludable.



- El evento de presentación se complementó con una acción de prensa con el envío de la gacetilla y la gestión de entrevistas con los voceros de Sustentabilidad de la compañía.

## LA NACION

LA NACION CAMPO CAMPO

### Novedades en cosecha mecanizada de caña de azúcar



El Ingenio La Providencia, del grupo Arcor, alcanzó una certificación enfocada en la reducción de los

21 de mayo de 2018 • 16:38



**E**n el marco de la presentación de su 13° Reporte de Sustentabilidad, el Grupo Arcor presentó la semana pasada los avances en temas prioritarios para la empresa. En un documento destaca el Programa Agro Sustentable, que abarca la gestión de doce insumos clave y más de 1,3 millones de toneladas de materia prima.

A casi 67 años de su fundación en Córdoba, Arcor se consolidó como un grupo industrial integrado por tres unidades de negocio: alimentos de consumo masivo, agronegocios y packaging. Según informaron desde la empresa, hoy es el grupo argentino con mayor cantidad de mercados abiertos en el mundo.



**Arcor presentó su Reporte de Sustentabilidad 2017.** Entre las novedades de la edición, la número 13 de la publicación, se describe la nueva configuración de las tres unidades de negocio de la compañía, incorporando en ellas la perspectiva de la sustentabilidad: alimentos de consumo masivo, agronegocios y packaging, se informan los avances en la gobernanza, gestión y monitoreo de la sustentabilidad, con 820 iniciativas incluidas en 13 planes operativos de negocio y más de 3.000 colaboradores alcanzados por objetivos de sustentabilidad.

## PRESENTE



**BUENOS AIRES** | El manógrafa móvil AVON LALCEC inició su recorrido por todo el país

Home > Noticias > Arcor presentó su 13er. Reporte de Sustentabilidad

### Arcor presentó su 13er. Reporte de Sustentabilidad

23 mayo 2018

Grupo Arcor publicó un nuevo Reporte de Sustentabilidad para compartir con todos sus grupos de interés los avances en 2017 en cuanto a su aporte para la generación de valor económico, social y ambiental.

En esta nueva edición, la empresa da un paso más y se alinea a las mejores prácticas de reporting: el documento utiliza a los compromisos que conforman la Política de Sustentabilidad de Grupo Arcor como estructura interna de capítulos, e informa -de acuerdo con cada uno de ellos- los avances logrados en los temas asumidos como prioritarios para el grupo. También, en este Reporte se miró a los nuevos Estándares GRI (por sus siglas en inglés Global Reporting Initiative), e incluye en la tabla al final del documento la relación con los criterios del Pacto Global de Naciones Unidas para COP avanzada y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En el primer capítulo se introduce la nueva configuración de las tres unidades de negocio de la compañía, incorporando en ellas la perspectiva de la sustentabilidad: alimentos de consumo masivo, agronegocios y packaging. Un hito que se destaca es la adquisición de la empresa Zucamor, que refuerza el posicionamiento del Negocio Packaging de Grupo Arcor al incorporar a su cartera la fabricación de papeles de fibra virgen, papel bolsero y bolsas de papel, y lo convierte en uno de los mayores productores de papel reciclado del país y Sudamérica. También se informan los avances en la gobernanza, gestión y monitoreo de la sustentabilidad, con 820 iniciativas incluidas en 13 planes operativos de negocio y más de 3.000 colaboradores alcanzados por objetivos de sustentabilidad.

También se subieron **banners en sitios especializados como Comunicarse e Iarse** que redirigen al reporte de Sustentabilidad.



- Luego del desayuno de periodistas, se comenzó con la comunicación del Kit de Comunicación Institucional en las redes sociales corporativas de la compañía (**Facebook, Twitter y LinkedIn**) a través de diferentes mensajes vinculados con nuestro rol sustentable.



- Los documentos se distribuyen en Ferias de Empleos, Ferias Internacionales, eventos y reuniones de negocio.

**Por medio de estas iniciativas de comunicación externa, diferentes stakeholders de Grupo Arcor están conociendo este Kit de Comunicación Institucional.**

## C) Resultados

Para concluir, queremos destacar que **logramos el objetivo de desarrollar una pieza de comunicación integrada en la que la información y el diseño conviven armónicamente**, comunicando de manera clara y sintética los resultados del desempeño de Grupo Arcor en materia Institucional, Financiera y de Sustentabilidad durante el año 2017.

Además, logramos superar los plazos de entrega establecidos de los documentos frente a grandes desafíos como los encuentros internacionales del Business 20 (capítulo de negocios del G20), en donde Luis A. Pagani fue designado como Chair del Grupo de Trabajo de Alimentos Sustentables.

Asimismo, consideramos que a través del conjunto de documentos **hemos podido transmitir tanto conceptual como estéticamente, nuestra nueva estructura de negocios: Alimentos de consumo masivo, Agronegocios y Packaging**; así como nuestros compromisos los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por la ONU.

Habiendo transcurrido únicamente 2 meses desde su lanzamiento, estamos alcanzando a los distintos grupos de nuestro público objetivo a través de nuestros canales de comunicación, obteniendo una muy buena recepción.

A través de las acciones de comunicación interna, **más de 21.000 colaboradores** accedieron al nuevo Kit de Comunicación Institucional 2017.

Las distintas publicaciones en redes sociales institucionales (Facebook Grupo Arcor y LinkedIn), tuvieron un alcance de **750.000**.

En cuanto a repercusiones de prensa, la gestión se está realizando actualmente y ya se obtuvieron **26 publicaciones en medios**.

Además, consideramos que pudimos responder exitosamente a las necesidades de este público diverso: los grupos más específicos pudieron acceder a las versiones completas digitales y las versiones resumidas, para el público en general. Queremos destacar que a la fecha se han distribuido **400** ejemplares con el Kit completo (Memoria & Estados Financieros, Brochure Institucional y Brochure de Sustentabilidad) entre accionistas de Arcor, colaboradores de nivel gerencial y líderes de opinión.

Consideramos que todas estas acciones que se desprenden del Kit de Comunicación Institucional, contribuyen a la construcción de nuestra imagen corporativa, que se ve reflejada año tras año en reconocimientos y distinciones tales como:



**RANKING DE REPUTACIÓN CORPORATIVA, CLARÍN.**

**1° puesto** en la octava edición del Ranking MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa); que mide el reconocimiento que hacen de una empresa sus principales grupos de interés.

**RANKING MERCO 2017**



**El ranking de las 100 empresas con mejor reputación en el país**

Medicina, Arcor, Google y Thaleser son líderes por separado. Detrás figura Toyota y Quilmes, que un estudio que procesó casi 20.000 encuestas.

El estudio se realizó a través de un cuestionario que se envió a los principales grupos de interés de las empresas. El estudio se realizó a través de un cuestionario que se envió a los principales grupos de interés de las empresas. El estudio se realizó a través de un cuestionario que se envió a los principales grupos de interés de las empresas.

**LAS MEJORES EMPRESAS Y MARCAS DE LA ARGENTINA**



**PREMIOS PRESTIGIO, ÁMBITO FINANCIERO.**

**1° puesto** en el Ranking de Prestigio Empresarial y en el Ranking de Sustentabilidad.

**RANKING MERCO 2016**

**El top 10 de empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo 2016**

EMPRESA	MARKET	REPUTACIÓN	GOBIERNO CORPORATIVO	RESPONSABILIDAD SOCIAL	TRANSPARENCIA	INTEGRIDAD	INNOVACIÓN	EFICIENCIA	RESILIENCIA
Arcor	1	100	100	100	100	100	100	100	100
Medina	2	95	95	95	95	95	95	95	95
Google	3	90	90	90	90	90	90	90	90
Toyota	4	85	85	85	85	85	85	85	85
Quilmes	5	80	80	80	80	80	80	80	80
Thaleser	6	75	75	75	75	75	75	75	75
Medicina	7	70	70	70	70	70	70	70	70
Unilever	8	65	65	65	65	65	65	65	65
Walmart	9	60	60	60	60	60	60	60	60
Amazon	10	55	55	55	55	55	55	55	55

**RANKING "LAS 100 EMPRESAS MÁS RESPONSABLES Y CON MEJOR GOBIERNO CORPORATIVO", CLARÍN.**

**1° puesto** en el Ranking Mercado de Responsabilidad y Gobierno Corporativo, que evalúa la imagen de las empresas en relación a su rol en la comunidad, su comportamiento ético y la transparencia en la conducción ejecutiva.

**RANKING DE IMAGEN, REVISTA APERTURA.**

**1° puesto** para Arcor, destacando los siguientes atributos: "Confiabilidad de sus productos", "Ética y transparencia en sus negocios", "Trayectoria", e "Inversión y producción en el país".



**RANKING DE PRESTIGIO EMPRESARIO, PRENSA ECONOMICA.**

Arcor elegida como la **empresa más prestigiosa**, destacando entre sus atributos la "Responsabilidad Social Empresarial". Además, Luis Pagani, presidente del grupo, fue elegido una vez más como el **empresario de mayor prestigio** en la Argentina.



**Anexos:**

- *Versiones digitales:*

*Memoria & Estados Financieros*

<http://www.arcor.com/downloads/mef-arcor-2017.pdf>

*Brochure Institucional*

[http://www.arcor.com/downloads/brochure\\_institucional\\_2017.pdf](http://www.arcor.com/downloads/brochure_institucional_2017.pdf)

*Reporte de Sustentabilidad*

<http://www.arcor.com/downloads/Reporte-de-Sustentabilidad-2017-Grupo-Arcor.pdf>

- *Video de Sustentabilidad.*

<https://www.youtube.com/watch?v=mYvX8vfk10>

- *Repercusiones de prensa.*