

PREMIOS EIKON 2018

# 100+ Uniendo a la Gente

***Nombre de la compañía o institución***

Cervecería y Maltería Quilmes

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

Asuntos Corporativos de Cervecería y Maltería Quilmes  
Equipo agencia de prensa

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

Mercedes Bressa , Juan Mitjans, Pablo Querol  
Federico Bugallo, Mariana Jasper

***Un tweet que identifique y defina el propósito del programa:***

Comunicar a través de experiencias transformadoras.  
Para estar más cerca.

Más que comunicar, transformar.

La comunicación como experiencia.

La comunicación es transformación.

## CATEGORÍA 4

Relaciones con la prensa



# INTRODUCCIÓN

Cervecería y Maltería Quilmes es una de las compañías de bebidas más importantes de la región. Produce, elabora, distribuye y comercializa cervezas, gaseosas, aguas minerales, jugos e isotónicos, en alianza con empresas internacionales líderes como PepsiCo y Nestlé. La Compañía tiene una dotación de 5.719 empleados directos en toda la Argentina, además de 10 establecimientos industriales incluyendo cervecerías y plantas de gaseosas; una fábrica de tapas, una maltería, nueve oficinas de venta directa y nueve centros de distribución. Además, cuenta con una red de 173 distribuidores independientes y trabaja con 300.000 puntos de venta en todo el país. Inversiones por 26.870 millones de pesos para el período 2016-2020, exportaciones a 25 países y un Programa de Global Management Trainees (GMT's) en el cual se han presentado más de 225.000 postulantes desde 1991, son ejemplos que demuestran su liderazgo. Desde su creación, en 1890, ha construido una trayectoria de compromiso responsable con el desarrollo social y económico de la Argentina. Cervecería y Maltería Quilmes forma parte de Anheuser-Busch InBev, la Compañía cervecera internacional líder y una de las cinco empresas de consumo masivo más grandes del mundo, con sede en Leuven, Bélgica. Anheuser-Busch InBev cuenta con un portfolio que supera las 500 marcas y con operaciones en más de 50 países.

## ANTECEDENTES



A partir de los resultados obtenidos con el plan de relacionamiento de 2016, se decidió avanzar en un nuevo plan que diera cotinuidad a las acciones desarrolladas y sumar otras, siempre en línea con la meta comunicacional establecida por Cervecería y Maltería Quilmes.

Para cumplir este objetivo, se profundizó la estrategia basada en la pirámide de cuatro pilares:

## 4 PILARES

¿De qué se trata cada uno?

### Informar

Hacer llegar mensajes clave de Cervecería y Maltería Quilmes y envíos en fechas puntuales (pilar tradicional de la comunicación).

Para Informar la Compañía utilizó comunicados, envíos puntuales a receptores específicos.



### Experimentar

Invitar a los periodistas a vivir experiencias atractivas e innovadoras. Invitarlos a disfrutar.

Dentro del estadio Experimentar se incluyeron acciones de invitación a probar nuevos sabores.



### Encontrarse

Generar reuniones en espacios y momentos apropiados para acercarse a periodistas clave y ofrecerles algo más: una actividad cultural, un concepto para compartir.

En la franja del Encontrarse, y considerando que la marca emblema de la Compañía es Quilmes, el sabor del encuentro, se propusieron almuerzos y eventos informales.



### Transformar

Ofrecer experiencias únicas que dejen una marca en la persona que la vivió, experiencias que impacten en el momento y dejen huella en el recuerdo.

Y en la franja del Transformar se diseñaron acciones para hacerle vivir al periodista una experiencia inolvidable.



La pirámide – que valoriza y a la vez conceptualiza las diversas propuestas – tuvo un efecto altamente positivo. El vínculo con la prensa se tornó personalizado y genuino. Hubo verdaderos encuentros que lograron atrapar la atención de cada periodista con todos los sentidos, siempre ligando las marcas al placer y a la responsabilidad en el consumo. Junto con esta pirámide, también se desplegó en 2016 una **matriz de relacionamiento**, una herramienta de control que brinda efectividad a cada una de las acciones de Cervecería y

Maltería Quilmes dirigidas a la prensa. Aunque a simple vista se trata de una planilla excel, la matriz de relacionamiento es el comando de una compleja nave que atraviesa diversas acciones, actores y etapas de relación entre la empresa y la Compañía. Y los resultados de 2016 fueron elocuentes: se han alcanzaron 1000 periodistas en la base de la pirámide con envíos de comunicados y kits de prensa; y 84 en la cima, con experiencias transformadoras e iniciativas en fechas clave.

## EJECUCIÓN DEL PLAN

A partir de los logros obtenidos en 2016, se preparó para la campaña 2017 una nueva matriz de relacionamiento y diversas acciones con objetivos específicos, siempre vinculados a cada uno de los pilares de la pirámide.

### Acciones destacadas de 2017

#### Día de campo

# 500



Fueron los productores agropecuarios, periodistas e invitados especiales con los que Cervecería y Maltería Quilmes celebró el inicio de la cosecha de cebada en la ciudad de Tres Arroyos

#### Lúpulo

# 1956



Desde ese año Otto Bemberg, fundador de la Compañía, promovió y estimuló la producción local de lúpulo en el país. Y este año, Cervecería y Maltería Quilmes celebró por primera vez el inicio de la cosecha de lúpulo en la localidad de El Bolsón

### COSECHA DE LÚPULO

**Cervecería y Maltería Quilmes fue la promotora del cultivo de lúpulo en el país: desde 1956**, Otto Bemberg, fundador de la Compañía, estimuló su producción local. Actualmente, la compañía compra el 70% de la producción. **Y este año, Cervecería y Maltería Quilmes celebró por primera vez el inicio de la cosecha de lúpulo en la localidad de El Bolsón. Entre montañas nevadas, en un lugar de clima y suelos de características muy particulares, productores, periodistas, directivos de la Compañía y autoridades provinciales asistieron a estas jornadas de encuentro.** Durante las que se realizaron:



- Entrevistas 1 a 1 con Pablo Querol
- Entrevistas 1 a 1 con Luis Dimotta
- Ronda de entrevista de negocio con Pablo Querol
- Ronda de entrevista de Agro con Luis Dimotta
- Ronda de entrevista de Sustentabilidad con Vanesa Vázquez

Al evento asistieron 29 periodistas de negocios, agro, sustentabilidad, marketing y publicidad, lifestyle y locales.

En esta acción se alcanzaron 18.504.356 contactos lo que equivale a \$2.720.415 de VAP



- Se destacan las publicaciones de El Cronista y Clarín en sus ediciones impresas y en sus sitios web
- Por otro lado, *Ámbito Financiero* y *BAE* también realizaron una publicación en su edición impresa

### DÍA DE CAMPO

En la ciudad de Tres Arroyos, provincia de Buenos Aires, Cervecería y Maltería Quilmes cuenta con una maltería y un campo experimental de cultivo, donde 150 colaboradores trabajan a diario para desarrollar las mejores variedades de cebada que se entregan a más de 1.000 productores de diversos puntos del país. Por cuarto año consecutivo, Cervecería y Maltería Quilmes celebró el inicio de la cosecha de cebada organizando el **Día de Campo** junto a **500 productores agropecuarios, periodistas e invitados especiales.**

Durante el evento, que duró dos días, se anunció la inauguración de la Maltería Verde, la primera en Argentina que contará con tecnología basada en el paradigma de la Economía Circular. Este año, además, se realizó la presentación de la nueva Quilmes Clásica.

El Día de Campo es una invitación a transitar el camino de la cerveza: desde la semilla de la cebada, hasta la botella. Además de la visita guiada a los campos y a la planta de fabricación, se ofrece a los visitantes un ciclo de charlas sobre el agronegocio.

El envío del comunicado se realizó a una base de periodistas de Sustentabilidad y RSE, Economía y Negocios, Agro, Info General e Interior (Tres Arroyos).

**Quilmes** 14 DE NOVIEMBRE

Cervecería y Maltería Quilmes te invita a celebrar el inicio de la cosecha y descubrir el camino de la semilla a la botella mientras intercambiamos conocimientos, innovaciones y tecnología aplicada.

**AGENDA**

- 09:30Hs: Acreditación y Desayuno
- 10:00Hs: Apertura y Bienvenida
- 10:15Hs: Ciclo de charlas
  - Presentación Institucional / Agronegocios
  - Programas Globales
  - Quilmes Clásica
- 11:20Hs: Premiación Productores agropecuarios
- 11:30Hs: Acreditados
- 11:30Hs: Experiencia de Campo
- 13:00Hs: Almuerzo en Pato Cervecería
- 14:00Hs: Experiencia de Campo
- 16:00Hs: Fin de la jornada

Campo de Cebada en Ruta 401 km 455, 88 El Cauce de los Arroyos

ABInBev





## Y HUBO MÁS ACCIONES

## EN EL PILAR ENCONTRARSE

A lo largo del año, se realizaron encuentros uno a uno con voceros.

Café o almuerzo mediante, la charla personal permite dar la información con claridad y de manera cordial. Se transmitieron en este formato diversas novedades de Cervecería y Maltería Quilmes. Se contactaron a más de 20 voceros clave.



## También hubo diversas acciones propuestas desde las marcas

## EN EL PILAR EXPERIMENTAR

Se realizaron envíos de productos e invitaciones en fechas especiales.

### Fin de Año | 126 Años

Con motivo de fin de año, y la celebración de los 126 años de la compañía, en enero se realizó un envío de una caja con productos a 50 periodistas de Economía & Negocios y 50 colegas de empresas.

### Día del Periodista

Con motivo del Día del periodista, se realizó un envío a 150 periodistas e influencers en el marco del "Mes del Periodista".

La mochila contenía diferentes productos de la compañía para celebrar su día.

Muchos de los periodistas agasajados, respondieron con mails de agradecimiento, y los influencers digitales con posteos en sus redes.

También, el marco del Día del Periodista se enviaron 4 picadas con cerveza Quilmes a la redacción de medios estratégicos.

### Aniversario de los medios

Con motivo de cumplirse el Aniversarios de diversos Medios (La capital de Mar del Plata, DyN, La Razón), desde Cervecería y Maltería Quilmes se realizaron envíos de productos a las redacciones. El envío fue acompañado por una carta de felicitación. Se impactó a 1583 periodistas de 8 redacciones.

### Día del Amigo

Para celebrar este día, se seleccionaron 9 redacciones para votar al "Mejor Asador" de cada equipo de trabajo, a través de una encuesta online, y así regalarles un asado para 10 personas en donde el mejor asador seleccionado podrá decidir dónde y con quiénes compartirlo.

Se realizó un envío de Stella Artois de **Copas Balad a 50 periodistas** de diferentes medios. Y un envío a 130 periodistas de las nuevas latas de Stella Artois.

En el mes de abril, se realizó un **After Sustentable** en The Temple Bar. Fueron invitados 10 periodistas.

Se invitó a 10 periodistas al Pic Nic que Stella Artois organizó en febrero.

Se realizó un envío de **Lata y Porrón 1890 a 60 periodistas** de diferentes medios.

Se invitó a **16 periodistas TOP +1** a disfrutar de la experiencia de **Corona en LollaPallooza**

También se invitó a la cancha (Boca- River) a **3 periodistas TOP+1**

Envío de press kit a **periodistas clave de música, marketing & publicidad y lifestyle** junto a una carta contando acerca del proyecto Quilmes Garage y de la Gira Inter – Nacional. Y **28 periodistas** participaron del show en cada una de las tres localidades de la Gira.

Se invitó a periodistas locales de Quilmes y a los de Zona Sur a participar del Beer Tour por la Cervecería. Asistieron 17 periodistas.

El miércoles 12 de julio se realizó una presentación exclusiva de la familia de Quilmes Stout para periodistas de Gastronomía, Marketing & Publicidad, Lifestyle y Música. Asistieron 21 periodistas de diferentes tipos de medios que se llevaron la caja de la Familia Quilmes Stout de regalo. Luego se seleccionó a 10 periodistas target de gastronomía y lifestyle que no pudieron asistir para enviárselas.

## ACCIONES INSTITUCIONALES

El día 14 de marzo, se realizó el **After de Chequeado** en Temple House y desde Cervecería y Maltería Quilmes se enviaron barriles de cerveza para disfrutar con stakeholders y periodistas invitados por el medio digital. Representantes de la compañía asistieron al evento. Y en el mes de junio se realizó "La Noche de Chequeado" y desde la compañía se acompañó el evento con una barra de Patagonia.

El 26 de junio, Cervecería y Maltería Quilmes, y el Ministerio de Producción de la Nación presentaron "**ReVuelta: impulsando nuevas economías en la cadena de valor**". Se incluyó en la moderación de tres paneles a las periodistas Silvia Stang de La Nación, Andrea Méndez Brandam de Noticias Positivas y Alex Milbergh de Forbes. A su vez, ReVuelta contó con dos Media Partners que fueron: Forbes y Noticias Positivas. Al evento asistieron 45 periodistas de diferentes medios y, hasta el momento, se alcanzaron más de 55 publicaciones y 43 publicaciones en Social Media (Twitter, Fbk).

En el mes de mayo, Cervecería y Maltería Quilmes realizó la tercera edición de **Technofair**, un evento anual que organiza la Compañía que convoca a los proveedores asociados a su cadena de valor para que propongan ideas disruptivas para generar valor en relación a temas asociados a Calidad, Costos, Sustentabilidad y Flexibilidad Operativa. El envío alcanzó 75 contactos de Innovación, Información General, Tecnología. Se alcanzaron 6 publicaciones.

**Voluntariado:** En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente celebrado el pasado 5 de junio, y como parte de su compromiso con la comunidad de Godoy Cruz y con el Medio Ambiente, Cervecería Andes realizó su 8va Jornada Nacional de Voluntariado. La comunicación se hizo a una base de 50 contactos de la provincia de Mendoza. Se alcanzaron 3 publicaciones.

**Seeds by Eklos.** Eklos, la aceleradora de startups de AB InBev, anunció los 10 equipos finalistas de Seeds, el programa interno de aceleración de proyectos, que tiene el objetivo de fomentar el emprendedurismo entre los empleados, generar disruptión interna, desafiar el status-quo e identificar perfiles innovadores dentro de la Compañía. La comunicación se hizo a una base de 100 contactos de Marketing, Publicidad, Medios específicos de Quilmes y zona sur. Se alcanzaron 11 publicaciones en medios y 8 en redes sociales.

**Reapertura del Parque Cervecerero.** La Compañía anunció que a partir de mediados del mes de agosto, comenzaron las obras para reabrir las puertas de su mítico Bar del Parque Cervecerero, un ícono quilmeño que construyó Otto Bemberg hace 95 años. La comunicación se hizo a una base de 100 contactos de Marketing, Publicidad, Medios específicos de Quilmes y zona sur. Se alcanzaron 30 publicaciones.

El día 24 de agosto se realizó una nueva edición del **Tour de Bodegones**, con un recorrido por tres de los mejores bodegones de San Telmo: Manolo, Hipopótamo y La Popular. Se invitaron periodistas de Economía y Negocios e Información General, Sociedad, Gastronomía, Marketing & Publicidad y Lifestyle, que asistieron en general junto a un acompañante.

El día 5 de septiembre se realizó una nueva edición del **BeerAcademy**, una gran oportunidad para vivir la historia, y procesos de cada ingrediente de la cerveza en una experiencia sensorial única. Se invitaron periodistas de Economía y Negocios e Información General, Sociedad, Gastronomía, Marketing & Publicidad y Lifestyle.

15 de Agosto de 2017  
Quilmes, Buenos Aires  
Año 5 Número 320  
Completar de gestión

# LA NOTICIA de Quilmes

Desvío de calles en el Oeste del distrito  
Tasas: Sigue el beneficio para los que estén al día  
Comenzó la muestra "El Mate de cristal"

## El Parque Cervecerero reabrirá sus puertas antes de fin de año

Lo anunció oficialmente la Cervecería Quilmes. El proyecto, que tendrá una inversión total de 11 millones de pesos, se desarrollará en etapas comenzando en el mes de agosto con la obra del Bar y la puesta en valor del Parque; y una segunda etapa que incluye el armado de un jardín cervecerero.

### Eklos Anunció Los Finalistas Del Primer Programa De Intrapreneurship: Seeds

Por primera vez la compañía lanzó un programa interno para acelerar ideas de sus empleados. Los proyectos seleccionados tienen 8 semanas para crear un prototipo, validarlo, y prepararse para la final donde la compañía elegirá en cuáles invertirá.



# CONCLUSIONES

Y cada vez más alto en los rankings empresariales

## SIEMPRE PRESENTE EN LOS MEDIOS

### ROI de inversión

estimado desde Marca \$6.041.425 y desde Corp. \$4.024.189

### TOTAL \$10.065.614

## Medios

Alta presencia en principales medios nacionales y provinciales: La Nación, Clarín, El Cronista Comercial, Mercado, Apertura, La Voz del Interior, Mendoza MZL, y otros.

### La era del hielo

Atrás quedó la moda de las promociones. El consumidor busca precios claros y congelados en el tiempo. Las empresas que se hicieron eco del cambio y cuál es el efecto deseado.



mará pesando más la recuperación del precio. Oferto destacado del precio de las estrategias que cubren las pérdidas que se acumulan por la caída de los precios. El efecto de haberlo hecho voluntariamente muestra que las compañías que bajaron el precio y destacaron que el consumidor más común es el que compra marcas, las marcas que los vendedores siguieron cayendo en el cuarto trimestre de 2016 y el primer trimestre de 2017 -del 3,1 por ciento en cantidades vendidas- a pesar de las promociones. El cambio implica resguardar rentabilidad. Sin embargo, el CEO de W aclara que algunas sociedades nuevas que estaban puestas en el esquema promocional y, así, logran una nueva forma de trabajar el portfolio y la dinámica comercial. "El pricing volvió al tablero de control de las firmas, ya que, desde 2005, y sobre todo con el escarceamiento de Comercio Interior, Guillermo Moreno, los precios eran fijados por el Gobierno", sostiene. El especialista destaca que las promociones y los descuentos siguieron existiendo, pero ya no como única herramienta comercial.

Añade a buscar la tarjeta indicada para pagar y recorre local por local para ver qué día tiene descuentos cada uno. Para los especialistas de consumo y las industrias del sector, el posicionamiento de precios ante la competencia fue la estrategia más efectiva para ganar volumen dentro de las primeras semanas, en un contexto en el que crece el consumo de productos de

ml | Sección: | Marca: | Subsección: | País: | Fecha: | Categoría: |

### Vuelve a abrir el histórico patio cervecero de Quilmes



Se presenta hoy a @Quilmes\_Cerveza como sponsor de @argsaf. Vínculo de 3 años. El torneo se llamará "Quilmes Clásica"

Se presenta hoy a @Quilmes\_Cerveza como sponsor de @argsaf. Vínculo de 3 años. El torneo se llamará "Quilmes Clásica"

DOBLE AMARILLA
Quilmes desembolsa unos \$50 millones al año para ser el main sponsor de la...
La cervecera cerró un acuerdo notablemente beneficioso para la SAF, que recibirá más dinero que el que ofertaba Axion. El vínculo es por 3 años (opción a otro más...
dobleamarilla.com.ar

COMPANHIA DE NEGOCIOS MANAGEMENT LA NACION | REVISTA DE REPUTACION CORPORATIVA

### Gente que sí. Cómo gestionar el talento emprendedor en las empresas

INTEGRACION
El talento humano es el activo más valioso de una empresa. Gestionarlo correctamente es clave para el éxito. Este artículo ofrece estrategias para atraer, retener y desarrollar el talento emprendedor en las empresas.

### Repercusiones

En los primeros 6 meses del año



317 Marca Quilmes + 195 CMQ Corporativo = 512 TOTAL repercusiones proactivas

## 17.388.847

Lectores alcanzados desde Marca

## 54.959.475

Lectores alcanzados desde Corp.

## 72.348.322

Impacto total de personas

## Rankings

### 5º

En el **Ranking Merco** (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), que refleja a las empresas con mejor reputación corporativa del país, Cervecería y Maltería Quilmes obtuvo el **puesto N° 5, una posición más arriba que el año pasado, lo que denota un crecimiento de reputación.** En esta votación participan directores de compañías que operan en Argentina, con una facturación mayor a 30 millones de dólares, y expertos en finanzas, ONG's, sindicatos, DIRCOM's, periodistas, entre otros.

En este mismo ranking, en el **segmento Bebidas, Cervecería y Maltería Quilmes se ubicó en el primer puesto por primera vez en la historia de la Compañía** (mientras que Coca-Cola quedó en segundo lugar).

### 10º

En el **Ranking Merco Talento**, que valoriza a las empresas que mejor atraen y retienen talentos, Cervecería y Maltería Quilmes alcanzó el **puesto número 10.** En la votación participan trabajadores propios y de las 100 empresas con mejor reputación, universitarios, estudiantes de escuelas de negocios, la población en general y responsables de RR.HH, entre otros.

### 21º

En el ranking de **Las 100 mejores en Imagen**, estudio realizado por **SEL consultores**, Cervecería y Maltería Quilmes obtuvo el **puesto N°21.** Este análisis se hace a partir de 260 respuestas de líderes de opinión entre los que se consulta a 35 periodistas especializados.