



PREMIO ARCOR
A LA INNOVACIÓN
ALIMENTANDO LAS IDEAS DEL FUTURO



Premios Eikon Capítulo General

Categoría 20

Campaña General de Difusión

Empresa

Grupo Arcor

Título del Programa

Premio Arcor a la Innovación
8^{va} Edición

Responsables del Plan de Comunicación

Gerencia Corporativa de Comunicación Institucional: Lázaro Quintín, Gerente Corporativo de Comunicación Institucional y Servicios de Marketing; Yésica Gonzalo, Jefa de Comunicación Institucional y Micaela Goldstein, Analista de Comunicación Institucional.



PREMIO ARCOR A LA INNOVACIÓN

Alimentando las ideas del futuro

Introducción

Sobre Grupo Arcor

Somos un grupo multinacional líder, de origen argentino, que ofrece alimentos para todos los momentos del día y ocasiones de consumo en más de 100 países.

Desde nuestros inicios, la innovación estuvo en nuestro ADN. Arcor es el resultado del sueño de un grupo de jóvenes que con espíritu emprendedor crearon una fábrica de caramelos e innovaron continuamente para convertirla en un grupo multinacional líder con tres divisiones de negocios.

Vimos emerger la innovación desde nuestros primeros procesos productivos y hoy, más de 70 años después, sigue presente en cada lanzamiento que realizamos; en la integración vertical que día a día impulsamos; en el desarrollo de materias primas, procedimientos y nuevos negocios; en las alianzas estratégicas que tendemos y hasta en nuestro modelo de distribución.

A lo largo del tiempo, la innovación creció a la par del Grupo y nos permitió inaugurar oficinas comerciales en América, Europa y Asia, 49 plantas industriales en Latinoamérica y la mayor fábrica de chocolates, golosinas y galletas de Angola.

Grupo Arcor no es solo una empresa; es una historia viva de cómo la innovación puede transformar sueños en realidades globales.

Premio Arcor a la Innovación, alimentando las ideas del futuro

Desde 2009, junto con el **Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación y Fundación Arcor**¹, desarrollamos el **Premio Arcor a la Innovación**, una iniciativa bianual que convoca a emprendedores, investigadores, PyMEs y emprendimientos sociales a postular proyectos innovadores de base científica y/o tecnológica para el sector de la alimentación.

¹ Fundación Arcor es una entidad sin fines de lucro que nace en 1991, creada por Grupo Arcor, a fin de promover el desarrollo integral de las comunidades.

El Premio tiene por objetivos reconocer proyectos innovadores para el sector alimenticio, apoyar e impulsar el desarrollo tecnológico en la industria; reconocer y estimular el talento y las actitudes emprendedoras, promover la innovación y contribuir a la vinculación entre los sectores científico-tecnológico y productivo.

Esta premiación no es como cualquier otra: representa una gran oportunidad para los interesados en llevar adelante sus proyectos, ya que los ganadores reciben un significativo estímulo económico para ponerlos en marcha.

Además, en el marco de esta iniciativa, Fundación Arcor entrega una **“Mención Especial”** para aquel proyecto que tenga un marcado perfil social y que contemple alternativas frente a problemáticas socio-comunitarias diagnosticadas en las áreas de nutrición, hábitos de vida saludable, crecimiento y desarrollo integral de niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

De igual manera, la experiencia es de por sí enriquecedora para quienes son seleccionados en calidad de semi-finalistas, dado que reciben capacitaciones y mentorías en diseño de modelo de negocios, marketing y comunicación efectiva, entre otras, para impulsar sus emprendimientos.

Tras importantes resultados en los años anteriores, en 2023 convocamos a su octava edición con una campaña de comunicación integral que abarcó diversas acciones. Esta vez, enfrentamos un desafío único: devolver el evento al formato presencial luego de su última celebración en contexto de pandemia.

Propuesta de enunciado y campaña (Estrategia)

Con el entusiasmo renovado, lanzamos nuestra campaña con el objetivo de dar **visibilidad** a la iniciativa entre el público target para aumentar la convocatoria y fortalecer el **posicionamiento** de nuestra compañía en el vertical de innovación con esta propuesta pionera en el sector de la alimentación, que ya lleva 14 años de ediciones sostenidas y apuesta al desarrollo científico, a la innovación en la industria y al espíritu emprendedor.

Para ello, trazamos una estrategia de comunicación segmentada en etapas para lograr los objetivos planteados. La primera para “impactar” a potenciales participantes dando a conocer esta iniciativa, con un call to action directo a la inscripción al Premio; la segunda para “sostener” el tema en nuestros canales de comunicación y continuar poniendo en valor al Premio mediante las capacitaciones a los semifinalistas con contenido de recordación; y la última con fines de “fidelizar” dando cuenta de los resultados del proyecto.

Estas instancias de comunicación acompañaron cada momento del Premio: desde la convocatoria hasta la comunicación de los finalistas.

Mensajes clave

- El Premio valora la investigación del sector científico-tecnológico y del ecosistema emprendedor y busca transferir sus resultados de manera efectiva a la industria de la alimentación.
- El Premio impulsa la innovación como motor de crecimiento sustentable y fomenta la articulación público – privada y la vinculación de los sectores científico y productivo, para generar valor en el país y lograr un impacto positivo en la sociedad
- La innovación y el espíritu emprendedor son parte del ADN de Arcor. Son los pilares que le han permitido evolucionar permanentemente a lo largo de su historia.
- En Arcor miramos al futuro con innovación para cumplir con nuestro propósito: hacer accesibles las tendencias en alimentación para que todas las personas puedan vivir mejor.

Nuestros públicos

- **Emprendedores/as** que pretendan iniciar un proyecto de base científica y/o tecnológica y/o potenciar uno ya existente.
- **Empresas PyMEs** conformadas por capitales argentinos, radicadas en el país.
- **Investigadores/as y/o grupos o asociaciones de investigadores/as** pertenecientes a cualquier institución pública o privada, radicada en el país.



PREMIO ARCOR
A LA INNOVACIÓN
ALIMENTANDO LAS IDEAS DEL FUTURO



- **Organizaciones sin fines de lucro** (asociaciones civiles, fundaciones, cooperativas y/o mutuales).

Canales de comunicación utilizados

Para llevar adelante la estrategia de comunicación planteada se activaron diversos canales de comunicación propios y externos a la compañía para amplificar esta nueva edición:

- **Redes sociales de Arcor**
- **Sitio web institucional Arcor**
- **Squad de influencers**
- **Prensa**
- **Mailing**
- **Lista de difusión vía Whatsapp**
- **Redes sociales del Ministerio de Ciencia y Tecnología**
- **Evento presencial**

Desarrollo ejecución del plan (Tácticas y acciones)

Renovación de la identidad visual del Premio

Con el objetivo de consolidar una identidad visual simple y fresca, que continúe aportando vitalidad al Premio a través de sus características de “simpleza”, “innovación”, “solidez” y “carácter”, llevamos adelante un nuevo *re-styling*. Esta vez incluyó agregados alusivos a nuestro ADN, que ubica al factor innovador como parte de nuestra genética a la vez que se adicionaron elementos gráficos alusivos a la ciencia y a la tecnología, dotando a la identidad de mayor sentido y razón de ser.



Canales de comunicación externos

Redes sociales de Arcor

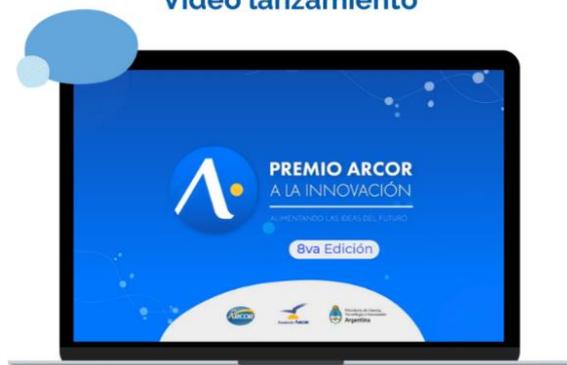
a. LinkedIn Arcor

En este canal clave, con una comunidad consolidada de más de 1.5M de seguidores, se compartió información relevante sobre las distintas instancias de comunicación planteadas estratégicamente.

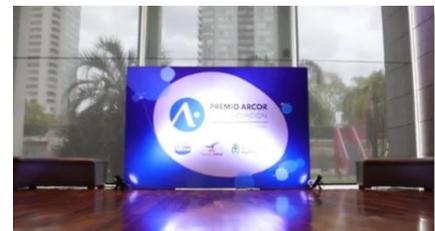
La campaña comenzó en febrero y se extendió más allá de la ceremonia de premiación sostenida por 18 posteos en diferentes formatos: videos, carruseles, gifs, notas e imágenes. También se replicaron en el perfil de **Fundación Arcor**, para mayor amplificación.

Se planificaron etapas de comunicación para esta red comenzando por la presentación de la edición y la apertura de la convocatoria. Luego se dio la instancia de recordación, reforzando la cuota de valor de la experiencia y, finalmente, la culminación con un evento de premiación y posteriores testimonios de los protagonistas. De los contenidos publicados, se destacaron:

Video lanzamiento



Testimonio de ganadores



Recap del evento

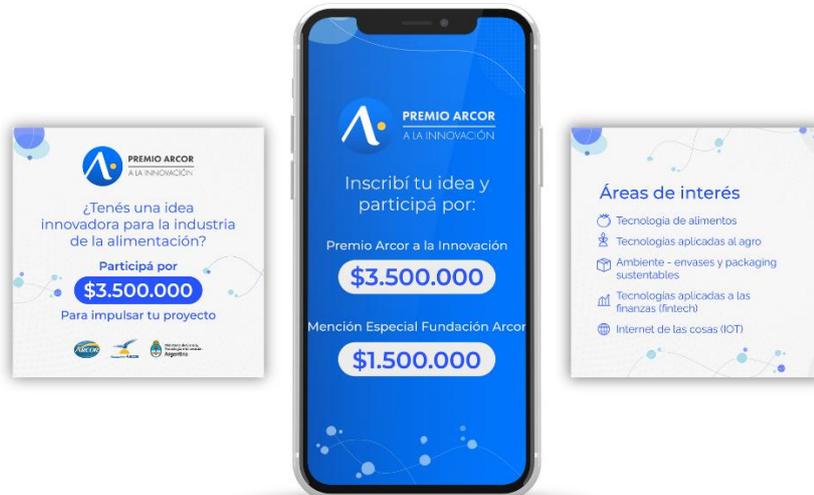


PREMIO ARCOR
A LA INNOVACIÓN
ALIMENTANDO LAS IDEAS DEL FUTURO



b. Pauta en Instagram y Facebook

Para alcanzar al público target, se impulsó la comunicación de la convocatoria en redes masivas como Instagram y Facebook. Para esto se realizó pauta publicitaria con la modalidad dark post segmentada por intereses:



c. Youtube

Llevamos a nuestro canal el [video lanzamiento de la 8va edición del Premio](#) a la vez que recordamos con otro contenido audiovisual el [caso ganador de la edición anterior](#), a fin de continuar inspirando y motivando a los interesados.



Sitio web de Arcor

La web funcionó como fuente de contenido para conocer en profundidad los detalles del Premio. Incluso el formulario de inscripción fue embebido en la web para facilitar la participación. Se crearon los siguientes artículos:

- [Premio Arcor a la Innovación – 8va edición](#)
- [Premio Arcor a la Innovación: Conocé a los finalistas de la edición 2023](#)
- [Grupo Arcor junto al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación anunciaron los proyectos ganadores del “Premio Arcor a la Innovación”](#)

Además, en este canal, la iniciativa se destacó con la implementación de banners hero y middle en la página de inicio. Por su parte, la web de Fundación Arcor se alineó de la misma manera.

Squad de influencers

A fin de continuar impactando a nuestro público objetivo, desarrollamos una red de influenciadores de nicho con una robusta comunidad. Los elegidos en esta instancia fueron:

			
Martina Rúa	Santiago Bilinkis	Gabriel Vinderola	Tomás Balmaceda
Periodista interesada en innovación y productividad	Emprendedor, tecnólogo y autor	Investigador Principal en CONICET	Periodista de tecnología
 IG: 20.6K	 IG: 540K	 IG: 137K	 IG: 48K
 X: 41.6K	 X: 116.3K		 X: 99.5K
 LKD: 27.8K	 LKD: 98.9K		 LKD: 7.1K

Estos perfiles pertenecen al mundo de la Ciencia e Innovación, por lo que se los consideró como los mejores drivers; por estar alineados de manera genuina y orgánica con la comunidad target. Sus testimonios cuentan con **sustento profesional y académico** y sus mensajes son recibidos con **credibilidad** por parte de su audiencia.

Fue a través de ellos y de sus propias voces que llegamos a Instagram, LinkedIn y X luego de acercarlos lineamientos con propuestas creativas para dar con un tipo de contenido que genere un real “llamado a la acción”.

Para unificar y reforzar el mensaje clave, llevamos al frente la etiqueta de #PremioInnovacion, con menciones a @arcor y @cienciaytecnologiaar y enlazando la [web de Arcor](#) para más información.

Prensa

Con una fuerte gestión de prensa, cada instancia del Premio fue difundida en medios de comunicación de distintos verticales: ciencia y tecnología, RSE, interés general, marketing y negocios. Se generó contacto uno a uno con periodistas de medios clave para impulsar tanto la convocatoria como los resultados de la iniciativa en medios estratégicos de alcance nacional y local.

Así nos acompañaron los medios en las diferentes etapas del Premio:

Clarín

Premio a la innovación en la industria de los alimentos

Lo organizan el Grupo Arcor y el Ministerio de Ciencia. Es la octava edición.

infobae

NETWORKING >

Se realizó una nueva convocatoria al Premio Arcor a la Innovación

En esta edición el premio será de \$3.500.000 y la Mención Especial a cargo de Fundación Arcor de \$1.500.000

Forbes

Así es Kresko RNAtch, la startup rosarina que ganó el "Premio Arcor a la Innovación"

Mailing

Se organizaron envíos de mailing informativos desde la casilla de correo de Arcor y desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación a universidades, asociaciones e instituciones de interés.

Lista de difusión vía Whatsapp

Se creó una pieza específica para que referentes de Arcor y del Ministerio envíen a sus contactos a través de listas de difusión de Whatsapp. La elección de este canal como medio de amplificación complementó la comunicación a través de los espacios formales, permitiéndonos llegar a nuestros stakeholders de forma sencilla y cercana.

Redes sociales (Instagram y LinkedIn) y bases de datos del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

Se desarrollaron piezas informativas con diferentes creatividades para compartir en las redes de la institución con información de valor y con redirección a la web de Arcor.

Evento de premiación

La iniciativa culminó en un gran evento de premiación el día 26 de septiembre de 2023 en el Centro Cultural de la Ciencia y contó con la presencia de un jurado compuesto por representantes de Grupo Arcor y el Ministerio, entre ellos Daniel Filmus, Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación; Andrea Pagani, Directora de Grupo Arcor; y Laura Pagani, Presidenta de Fundación Arcor.

Allí se eligió al proyecto ganador de la 8va edición del Premio y se entregó la "Mención Especial", a cargo de Fundación Arcor, al proyecto con mayor impacto social.

El evento fue conducido por Martina Rúa, quien formó parte del squad de influencers para la difusión inicial, y que con toda su expertise, nos acompañó en este cierre tan significativo para los participantes.



Resultados y evaluación

La comunicación del Premio Arcor a la Innovación siempre representa un gran desafío para el Grupo dado que conlleva salir de nuestra audiencia de consumo masivo para alcanzar otro tipo de público, proveniente de un nicho muy exclusivo:



científicos/investigadores y emprendedores con un proyecto de base científica/tecnológica para la industria de la alimentación.

Sin embargo, así como afrontamos con responsabilidad la comunicación de un evento de tal magnitud, también supimos cosechar el impacto positivo de nuestra labor:

- Logramos despertar **interés genuino** por parte de emprendedores e investigadores que veían en el Premio una posibilidad de materializar y potenciar sus tan ansiados proyectos y nos lo hacían saber a través de miles de mensajes y consultas en nuestros diferentes canales externos.
- Continuamos **abrazando la federalización** de nuestras iniciativas al duplicar la cantidad de proyectos recibidos provenientes de participantes de todo el país.
- En cada instancia, contamos con el acompañamiento de medios de comunicación locales y nacionales que, con **notas de notable calidad**; nos devolvieron como resultado decenas de repercusiones que transmitieron el valor de vivir la experiencia del Premio Arcor a la Innovación y que alcanzaron a más de 5 millones de personas.
- Y, por último, lo más importante: tuvimos la oportunidad de volvernos a encontrar de manera presencial en **un evento a auditorio repleto que convocó a 100 personas en el Centro Cultural de la Ciencia** para celebrar la innovación y los grandes talentos nacionales que animan a pensar en grande.

Ahora bien, concretamente, y en relación con **nuestras redes sociales**, triplicamos la cantidad de publicaciones en nuestra cuenta de LinkedIn en comparación a la edición anterior del Premio e impactamos así en una comunidad consolidada de 2 millones de usuarios.

Con la estrategia de amplificación con **influenciadores** logramos más de 29 mil ochocientos usuarios alcanzados entre las **3** redes sociales utilizadas (LinkedIn, X e Instagram), más de 320 interacciones con los contenidos y más **200** clics en los enlaces que redirigían a la web de Arcor con las bases y condiciones del Premio.

En relación con la **pauta implementada**, la misma se extendió durante dos meses y los resultados arrojaron un alcance de más de **3** millones novecientos mil

contactos, logrando una frecuencia de **3,60** por persona; superando con estos números la barrera de la séptima edición del Premio. Asimismo, se registraron más de **71** mil clics en los contenidos promocionados, **11** millones doscientos de impresiones y **470** mil interacciones.

Tal fue la expectativa gestada y el impacto de la pauta que la publicación con el anuncio de los ganadores de esta octava edición superó rápidamente las **370** mil interacciones y representó el 83% del total registradas.

En cuanto a la gestión de **prensa**, se lograron alcanzar a más de **620** mil contactos a nivel nacional, mediante repercusiones digitales, redes sociales y radios.

En la etapa de convocatoria, se contabilizaron **50** repercusiones en medios gráficos (un **27%** en medios tier 1). Sobre ese total, **37** fueron notas y **12** corresponden a menciones en redes sociales. Además, se gestionaron 6 entrevistas a los proyectos finalistas y ganadores.

En una segunda instancia, con la coronación y difusión de los ganadores, se adicionaron **43** repercusiones y un adicional de **1** millón ochocientos contactos alcanzados.

La sólida estrategia implementada contribuyó a superar nuevamente la **cantidad de inscriptos** en comparación con las ediciones anteriores; con un total de **230** proyectos presentados. De esta manera, continuamos en una tendencia al ascenso y el Premio continúa creciendo sostenidamente con el pasar de sus ediciones.

El Premio Arcor a la Innovación, año tras año, logra combinar de manera única la esfera pública y privada, creando un espacio enriquecedor que fomenta el talento nacional y estimula conversaciones poderosas sobre lo que hoy llamamos "innovación" para la industria de la alimentación.