Categoría
18.01 Publicaciones Institucionales

Capítulo
Argentina

Título del Programa
Colección Libros Bagó: publicaciones para la cultura

Nombre de la compañía
Laboratorios Bagó

Departamento que desarrolló el plan
Gerencia de Relaciones Institucionales

Responsables del plan
Hernán Da Cunha - Gerente de Relaciones Institucionales y equipo

Síntesis
Laboratorios Bagó potencia su impacto positivo sobre la transformación social impulsando, además de su propósito corporativo de cuidar la salud, su aporte a la cultura nacional. El programa Colección Libros Bagó, con más de 30 años de trayectoria y más de 38 títulos, se enfoca en editar anualmente estas prestigiosas publicaciones para difundir la cultura argentina y dejar un patrimonio cultural consolidado como legado para las futuras generaciones.

1. Introducción

Con más de 92 años de trayectoria, Laboratorios Bagó es una empresa farmacéutica argentina con fuerte presencia en Latinoamérica y en el mundo. Contamos con productos en más de 50 países, 10 plantas productivas en el mundo, 148 patentes obtenidas en 28 países por Investigación y Desarrollo propio y más de 480 productos que cubren 46 líneas terapéuticas. Nuestra misión es la de brindar productos y servicios diferenciados que contribuyan a mejorar la salud de la comunidad de un modo ético y sustentable.

Si bien la vocación de quienes trabajamos en Bagó es desarrollar productos de calidad y asegurar el acceso de la comunidad a los mismos, **desde 1992, impulsamos** -como empresa 100 por ciento argentina- la difusión de la cultura argentina, y lo hacemos a través de la **Colección Libros Bagó.**

A pesar de desarrollarnos en una era predominantemente digital y de consumo rápido, para nosotros los **libros como publicaciones** siguen siendo uno de los pilares más importantes de la cultura, el conocimiento y el desarrollo humano. A diferencia de un tuit, un artículo de blog o un video efímero, el libro está diseñado para durar permitiendo el acceso de las generaciones futuras. Cualquiera puede publicar un pensamiento fragmentado en internet en segundos, pero un libro exige un proceso editorial profundo y, como objeto de consumo cultural, el impacto del libro en el individuo es insustituible.

Por ello, esta iniciativa se centra en la edición anual de un libro -de unas 200 páginas de contenido cada uno- que visibiliza la identidad y cultura nacional (3.600 ejemplares promedio de cada uno) y como colección, continúa creciendo en forma ininterrumpida desde hace **33 años**, sin importar el contexto; incluso en años críticos como el 2001 o el 2020 con la pandemia mundial.

Algunas de las 38 publicaciones más destacadas son: ***Un hombre y su patria. Manuel Belgrano*** (2020); ***Conversando con Sarmiento*** (2019); ***Identidad y Folklore: Argentina*** (2018); ***Bertani*** (2015); ***Lascano: Siglo XXI*** (2013); ***Argentina. Dos Centenarios*** (2010); ***Naturaleza Argentina para mirar y sentir*** (2008); ***Grandes Maestros de la Fotografía Argentina*** (2006); ***Argentina en el Patrimonio de la Humanidad*** (2003); ***Fader*** (2001); ***Quinquela*** (2000); ***Tango*** (1997); ***Molina Campos*** (1996) y ***Martín Fierro*** (1995).

Durante 3 décadas la colección de libros ha ido creciendo, madurando, consolidándose. Y tal como hacemos con nuestros productos, buscamos llevar la calidad y excelencia de esta colección a todo el mundo. En este contexto, durante los últimos años percibimos la necesidad de **potenciar estas publicaciones** para que, **con perspectiva de largo plazo,** continúen cumpliendo su objetivo de aportar a la cultura de nuestro país.

2. Propuesta de campaña

La **estrategia** fue clara: **potenciar cada nueva publicación para aumentar el impacto y alcance de las obras.** La fecha simbólica que nos fijamos para reevaluar la concreción de esta meta es el futuro centenario de nuestra compañía (2034), cuando el programa esté cerca de su 50° aniversario.

Como **objetivo general** nos propusimos ***sumar valor a la Colección Libros Bagó acercando la temática de cada obra al core de nuestra actividad*** ya que entendimos que era prioritario **empezar a ampliar el concepto de cultura** y poner en agenda novedosos

temas de interés social y cultural, nuevos autores, diseños renovados y que faciliten la lectura, entre otros, para lograr conversaciones con impacto positivo en la comunidad.

3. Desarrollo y Ejecución del Plan

Para lograr potenciar el trabajo sobre la producción de cada publicación, comenzamos enfocándonos en el proceso -resumido- de producción para identificar las etapas sobre las que teníamos que apalancar los cambios:

- **Etapa Editorial** (curaduría):
  El libro y **su temática deben trabajarse en relación a una identidad preexistente** para convivir armónicamente con los títulos que lo anteceden y los que vendrán. Incluye elección de autores, prologuistas y equipo de diseño.

- **Diseño:**
  Esta es la etapa que más se diferencia de la edición de un libro unitario, porque **la identidad ya está creada**.

- **Producción:**
  Generación de **contenido de la publicación alineado con la identidad de la colección de libros**, en tono, registro y accesibilidad, **para lograr la coherencia** que busca el lector. Incluye la elección del título, de los capítulos, el prólogo, etc.

- **Postproducción:**
  Difusión de la obra y de la familia de publicaciones. Incluye las acciones especiales para sumar visibilidad a los libros y colección.

En este escenario, comenzamos con la decisión de **incorporar a la colección temáticas más relacionadas con el core de nuestra compañía**, donde el tema **Salud -en un sentido amplio**- fuese el leitmotiv que nos permita llegar al centenario de nuestra compañía con una colección aggiornada, con una temática cultural ampliada y un legado cultural enorme para la comunidad y las generaciones venideras.

Si bien, a lo largo de los años, se habían ido sumando algunas obras no tan cercanas al concepto de cultura tradicional -como ***Innovación Argentina. Inventos y descubrimientos*** (2014); ***Houssay. Leloir. Milstein. Científicos Nobel Argentinos*** (2017); ***Agua y Vida*** (2022)- nos propusimos superar el concepto de cultura relacionado a la pintura, fotografía, música, tradicionalismo, temas históricos, etc.

Entonces, bajo un formato de **serie especial (10 libros) dentro de la colección,** lanzamos las primeras publicaciones con estas cualidades. Avanzamos hacia obras como ***Argentinas en la Ciencia*** (2021); ***Salud y Tecnología, una mirada al futuro*** (2023); ***Humanidad sin fronteras. Desafíos y aprendizajes de las pandemias*** (2024); ***Pasión por la vida. Homenaje a las instituciones de salud y a sus profesionales*** (2025). El objetivo de esta evolución en los temas apuntó a **acercar a los lectores conceptos integrales propios de nuestra actividad**, como salud, ciencia, bienestar, plenitud y calidad de vida, a través de la biografía de los grandes protagonistas de nuestro país destacados en medicina, científicos argentinos que se destacan en el mundo, la relación entre el deporte y el bienestar, la salud en contextos extremos, la relación entre la tecnología y la calidad de vida de las personas y la historia de los hospitales argentinos, entre otros.

Para lograrlo también trabajamos en la elección de autores que pudiesen lograr que el contenido de cada publicación sea técnicamente correcto pero de fácil lectura para una mayor adherencia de los lectores a las obras. Asimismo, se trabajó con nuevos equipos de diseño para lograr publicaciones más modernas y atractivas, con un fuerte componente visual y la incorporación de elementos (colores vibrantes, íconos, infografías, etc) que fortalezcan la belleza de cada obra.

También trabajamos sobre la materialidad de cada publicación de la colección. En un contexto donde, cada vez más, las piezas comunicacionales digitales aumentan frente a las plasmadas en papel, en Bagó sostenemos la convicción de que un buen libro -en su versión impresa- puede optimizar el acceso a su contenido bajo cualquier contexto socio-económico, sin necesidad de contar con energía o internet; cada libro puede formar parte de una biblioteca de frontera, pasar de generación en generación como legado, o llegar a destinatarios de todo el mundo como obsequio. Por todo esto, **viramos la impresión a papel FSC** (certificación internacional) para minimizar la huella sobre el uso del papel.

Hasta la fecha llevamos entregados gratuitamente, a través del obsequio o la donación, más de **136.000 ejemplares** que llegan a escuelas de todas las provincias, bibliotecas, periodistas y líderes de opinión que difunden su contenido, ONG nacionales, embajadores, instituciones ligadas a la temática específica del libro, público general, etc. Para potenciar el objetivo de que nuestros libros lleguen a todo el país, firmamos un **Acuerdo con la Biblioteca Nacional de la República Argentina "Mariano Moreno"** para la donación de 300 ejemplares que acercarán nuestras obras a las bibliotecas de cada una de las provincias argentinas, potenciando la cantidad de lectores de las mismas.

Como queríamos también integrar a las nuevas generaciones y aquellos lectores que gustan de la lectura digital, sumamos anualmente cada ejemplar a la **Biblioteca Digital** (incluida en nuestra web). Para potenciar esta herramienta de gran impacto, durante 2025 **actualizamos su diseño y layout para aumentar la visibilidad** de los libros allí volcados. Esto favorece el crecimiento de la accesibilidad a este patrimonio cultural, el disfrute de nuestros libros en destinos cada vez más remotos y la cantidad de lectores digitales de todo el mundo.

Justamente, para que las publicaciones alcancen públicos de otras nacionalidades se sumó a cada edición un **resumen traducido sobre la obra** -en sus últimas páginas- para facilitar su entendimiento y ayudar a su difusión.

A las campañas comunicacionales tradicionales de cada lanzamiento de los libros (gacetillas, comunicados, notas periodísticas, eventos de lanzamiento, etc), en los últimos años sumamos comunicaciones específicas para **aumentar la visibilidad** de cada obra. Y para ampliar el alcance a distintos públicos, preparamos campañas para el **público interno** (mediante canales internos como pantallas y plataformas de comunicación interna).

A la vez, incorporamos para el **público externo nuevos modos -o formas no tradicionales- de acceder a este patrimonio cultural**: produjimos un **minidocumental para enviar** a los destinatarios de cada libro anticipando el contenido de la obra. También incluimos **posteos en nuestras RRSS** para compartir los lanzamientos y el contenido de las obras; realizamos sorteos de ejemplares y estimulamos el deseo de conocer la biblioteca digital y sus obras.

Todas estas acciones están impactando positivamente en el reconocimiento, por parte de la comunidad, del alcance y el aporte de Bagó a la cultura.

4. Evaluación y Resultados

Nos propusimos hacer evolucionar e impulsar nuestras publicaciones. Fortalecer el acervo cultural que representa la Colección Libros Bagó no fue solo el resultado de un trabajo ininterrumpido y constante, sino el fruto de nuestra **vocación por dejar una huella positiva y un patrimonio invaluable** para los argentinos y todos aquellos interesados del mundo en conocer nuestra identidad.

Sobre los objetivos detallados para la puesta en valor del programa Colección Libros Bagó, detectamos como resultados:

CUANTITATIVOS:

- **38 Libros** Colección Bagó (hasta 2025)
- **3.600 ejemplares** tirada promedio
- **136.000 ejemplares** (total colección) donados u obsequiados
- **22 millones de páginas** totales de contenido
- **24 autores**

4 nuevas obras relacionadas a Salud (ya forman parte de la colección)

- Públicos alcanzados con versión impresa de la colección:
    - interno (embajadores)**: + de 1.000 empleados**
    - externo: **136.000 destinatarios (directos) de los ejemplares**

- **6.900 lectores** (anuales) de la Biblioteca Digital (web Bagó)
- **+ 3% crecimiento de las visitas** a partir de la puesta en valor de la Biblioteca:
- **Salud y Tecnología, una mirada al futuro** -obra más visitada de la Biblioteca Digital
- Público que visita la Colección (digital) desde otros países: **Argentina, Estados Unidos, Alemania, Singapur, España y países de Latinoamérica, entre otros**
- **+ 40 contenidos** para redes sociales
- **+ 10.000** visualizaciones
- **+ 50.000** interacciones
-

Destacamos que, frente a los indicadores compartidos sobre el impacto de la Colección en su formato impreso, la versión digital (subida a la Biblioteca, en la web Bagó) nos permite contar con información complementaria y valiosa para **visualizar el alcance generado con las modificaciones realizadas.**

Los casi **7.000 visitantes de la Biblioteca del último año**, muestran un **crecimiento del 3% en los últimos 12 meses** (tras la actualización). Actualmente, el **libro más leído de la colección corresponde a una de las nuevas temáticas incorporadas referidas a salud** -*Salud y Tecnología, una mirada al futuro*-, duplicando casi al libro que le sigue -*Impresionismo y el arte de los Argentinos* (que tiene una permanencia en la biblioteca de más de 20 años y que corresponde a una temática cultural tradicional, como la pintura).

Así mismo, el libro con el que más interactuó el público en el último año es también referido a salud -***Humanidad sin fronteras; desafíos y aprendizajes de las pandemias-*** que

también duplica al libro que le sigue (***Quinquela***) que corresponde al ámbito tradicional del concepto cultura.

CUALITATIVOS:

- Bagó es **una de las pocas empresas argentinas, y la única del sector, con publicaciones -y una colección- de este tipo**, lo que nos distingue positivamente entre otras
- La **Colección lleva más de 30 años** editando libros para la difusión de nuestra cultura
- La **evolución sobre su contenido temático** (orientado a Salud, core de la compañía) amplió el alcance y engagement de los lectores
- La **inclusión de variados autores, novedosos diseños y los avales institucionales** sumó prestigio a cada publicación
- Las **nuevas formas de difusión y lanzamiento de cada obra y los nuevos canales sumados** potencian aún más su alcance (nuevas piezas comunicacionales, incorporación de RRSS y canales internos) y ayudan a incorporar nuevos ámbitos de difusión de la cultura argentina

Por último, todos estos resultados también demuestran que la solidez de cada libro como publicación institucional -y la Colección como tal- aportan al reconocimiento y prestigio de la compañía en cuanto a su desempeño y reputación. En este sentido, los últimos rankings nos posicionan, por **15 años consecutivos, como #1 del sector farmacéutico en Reputación Corporativa** (Ranking Merco; medición independiente que evalúa la percepción de los principales grupos de interés) y **#1 de la Industria Farmacéutica, por 10 años consecutivos, en el ranking "Los mejores 100 en imagen**"(revista Apertura).