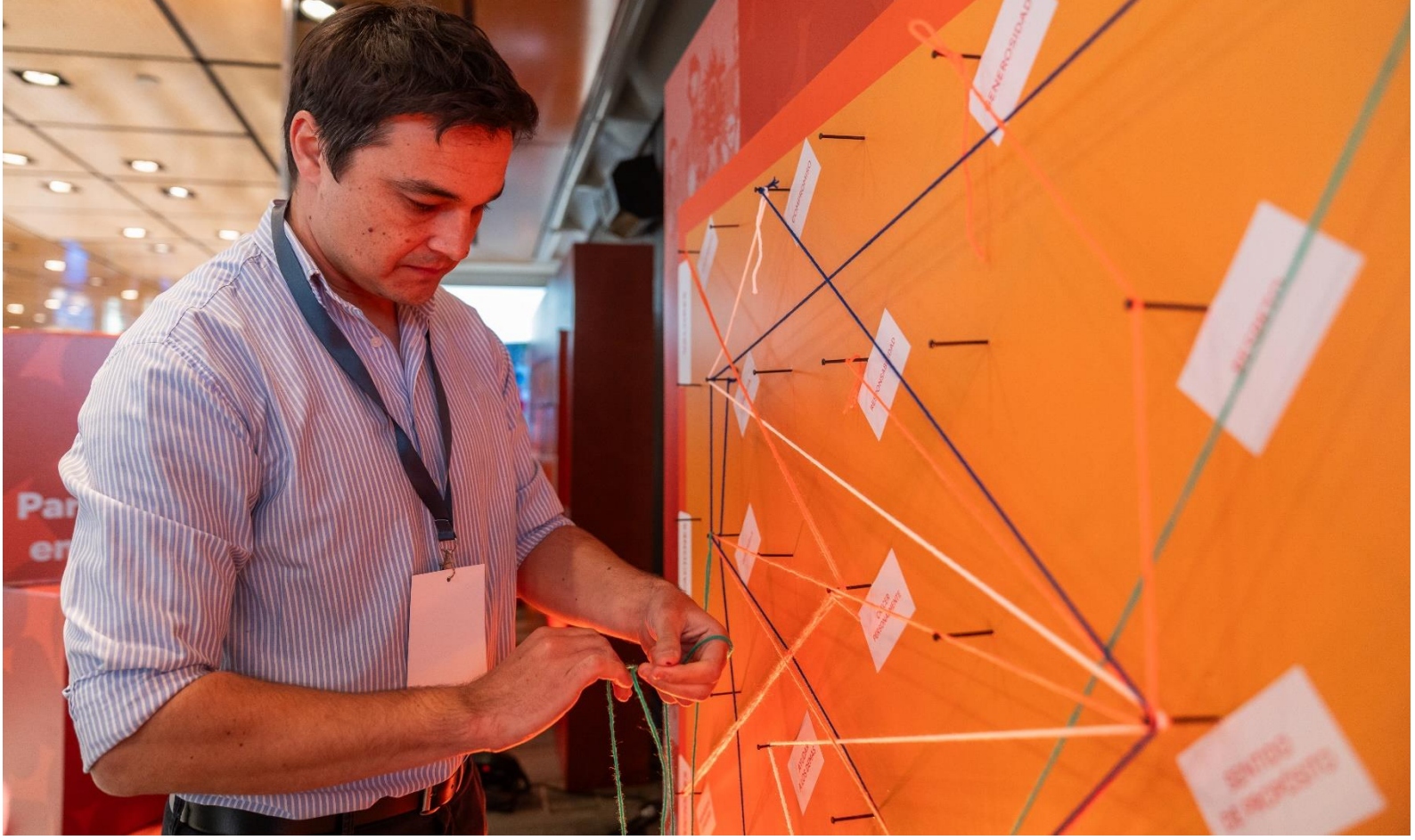


Categoría: 11. Eventos

Capítulo: General

Región: Argentina

Título del programa: Multiplica Day

Nombre de la compañía: Galicia

Departamento que desarrolló el plan: Área de Sustentabilidad

Personas responsables de la presentación del caso: María Florencia Pereira – Paula Valentin

1 | Introducción

Galicia es una de las principales plataformas financieras de la Argentina. Con más de 120 años de trayectoria, acompaña a millones de personas, empresas y PyMEs a través de soluciones financieras, tecnológicas y de inversión con el propósito de mejorar el día a día de las personas y generar valor sostenible en las comunidades donde opera.

Forma parte de Grupo Galicia, el ecosistema financiero más grande del país, integrado además por Naranja X, Galicia Seguros, Inviu y Nera.

Identificamos el desafío de transformar el propósito en una experiencia cercana, movilizadora y participativa para el Equipo Galicia y las organizaciones sociales con las que trabajamos todos los días. Necesitábamos generar un espacio que lograra involucrar emocionalmente a las personas, fortalecer el sentido de pertenencia y convocarlas a pasar de la inspiración a la acción.

Así nació Multiplica Day, un evento concebido como una experiencia inmersiva de comunicación y cultura organizacional. El objetivo fue visibilizar cómo, a través del trabajo articulado con más de 100 organizaciones sociales aliadas, generamos impacto positivo en más de 1,8 millones de personas, al mismo tiempo que invitamos a cada colaborador a reconocerse como protagonista de esa transformación.

2 | Propuesta

Con Multiplica Day 2025 nos propusimos crear un evento capaz de activar conversaciones, generar cercanía y fortalecer el compromiso del Equipo Galicia con las iniciativas de impacto que impulsamos junto a organizaciones sociales. La propuesta estuvo guiada por un concepto central: “pasar de la inspiración a la acción”.

Diseñamos una propuesta integral que combinó storytelling en primera persona, micro talks de impacto, experiencias inmersivas, networking y participación activa. Cada espacio fue pensado para que las personas no fueran espectadoras, sino parte de una experiencia viva capaz de conectar emoción, propósito y acción colectiva.

Objetivos

Nuestros principales objetivos fueron:

Objetivo General

Visibilizar las problemáticas que nos atraviesan y cómo desde Galicia junto a distintos actores de la sociedad civil y el involucramiento activo de personas voluntarias transformamos realidades

Objetivos específicos

- Colaboradores: Conectar con la capacidad de generar cambios positivos y convocar a que el #EquipoGalicia participe en Galicia Multiplica
- Organizaciones sociales: Visibilizar iniciativas que impulsamos junto a organizaciones sociales y generar espacio para que conecten con el Equipo Galicia

Mensaje

El mensaje que buscamos transmitir fue que cada acción individual tiene el poder de generar transformaciones reales cuando se conecta con otras personas y organizaciones. A través del concepto "Multiplicar", invitamos a cada participante a reconocerse como agente de cambio y protagonista de una red colaborativa capaz de mejorar el día a día de más personas.

Públicos

La campaña estuvo dirigida a públicos estratégicos que cumplen un rol clave dentro del ecosistema de impacto de Galicia:

- Equipo Galicia AMBA: colaboradores de áreas centrales convocados para vivir una experiencia de inspiración y participación activa, fortaleciendo el sentido de pertenencia y promoviendo una mayor involucración en iniciativas de impacto social, ambiental y de voluntariado.
- Multiplicadores y referentes del interior del país: perfiles de sucursales y canales del interior seleccionados por su participación como sponsors e impulsores de iniciativas sociales en sus comunidades. El evento buscó reconocer su rol como agentes de cambio y potenciar su capacidad de replicar el impacto en cada territorio.
- Organizaciones sociales aliadas: referentes de las más de 100 organizaciones con las que Galicia trabaja articuladamente en programas vinculados a educación, empleabilidad, ambiente, salud y desarrollo comunitario. Su participación fue central no solo como invitadas, sino también como protagonistas de las micro talks, experiencias inmersivas y espacios de networking.
- Referentes de sustentabilidad y diversidad del sector público y privado: actores clave del ecosistema de impacto convocados para compartir buenas prácticas, generar conversación e impulsar alianzas intersectoriales capaces de amplificar el alcance de las iniciativas desarrolladas por Galicia.

Canales y herramientas

Para amplificar el alcance y generar expectativa antes, durante y después del evento, desarrollamos una estrategia de comunicación 360° que incluyó:

VIVA Engage

El principal canal de comunicación interna utilizado fue VIVA Engage, nuestra plataforma oficial de comunicación.

Para el lanzamiento se diseñaron los siguientes contenidos

- Save the date en Viva Engage: lanzamos una primera comunicación para anunciar oficialmente el evento, presentar el concepto de Multiplica Day e invitar al Equipo Galicia a sumarse a la experiencia.
- Videos recap de la edición anterior: compartimos un video con los momentos más destacados de la edición 2024 para generar cercanía, familiarizar al público con el evento y despertar expectativa sobre la nueva edición.
- Piezas con speakers e historias inspiradoras: difundimos contenidos protagonizados por speakers y organizaciones sociales para anticipar las temáticas del evento y conectar emocionalmente con las audiencias.

Y, luego del evento se publicaron los siguientes contenidos:

- Recap audiovisual post evento: realizamos una pieza audiovisual recap con testimonios, conversaciones y experiencias vividas durante la jornada para extender el impacto del encuentro más allá del evento presencial.
- Capsulas MicroTalks de Impacto: Se realizaron 4 posteos con cápsulas de cada MicroTalks para que los colaboradores del interior accedan al contenido.

LinkedIn:

A través de LinkedIn se compartió el video recap del evento para llegar a audiencias externas

Prensa:

Se realizó una campaña de prensa con envío de gacetillas a medios especializados.

3 | Desarrollo

Diseñamos Multiplica Day 2025 como una experiencia integral donde cada elemento estuviera alineado con el propósito del evento. El desafío principal fue construir un formato innovador que combinara contenido inspirador, participación y experiencias memorables, evitando caer en la lógica tradicional de un encuentro corporativo.

El evento se desarrolló en un escenario central acompañado por cuatro estaciones inmersivas vinculadas a los principales ejes de impacto de Galicia: Compartir Conocimiento, Cuidar el Planeta, Desarrollar Talento y Participar en PRIAR. Cada experiencia invitaba a interactuar, reflexionar y actuar de manera concreta.

Entre las principales acciones implementadas se destacaron:

- Micro Talks de impacto con testimonios reales protagonizados por colaboradores y organizaciones sociales aliadas.
- Experiencias inmersivas con tecnología, inteligencia artificial y dinámicas participativas.
- Espacios de networking entre colaboradores, referentes sociales y aliados estratégicos.
- Un diseño escenográfico modular y sustentable basado en un "ecosistema de cubos", construido con materiales reciclables y proveedores de impacto.
- Un evento carbono neutral desarrollado bajo criterios de sostenibilidad, accesibilidad e inclusión.

La agenda fue diseñada para sostener el dinamismo y la atención de las personas asistentes a través de bloques breves, historias en primera persona y momentos de participación. En lugar de largos paneles expositivos, optamos por formatos conversacionales y relatos humanos capaces de generar identificación emocional.

Uno de los aspectos más diferenciales del evento fue la integración real de las organizaciones sociales dentro de la experiencia. Las OSC no participaron únicamente como invitadas, sino como protagonistas del contenido y de las activaciones, reforzando la idea de trabajo en red y construcción colectiva.

El trabajo articulado entre el área de Sustentabilidad, Comunicación, producción general, facilitadores, speakers y organizaciones aliadas fue clave para sostener una narrativa coherente en todos los puntos de contacto y lograr que el evento trascendiera lo escénico para convertirse en una experiencia de cultura organizacional viva.

4| Resultados y evaluación

Multiplica Day logró consolidarse como una experiencia de comunicación interna innovadora, participativa y emocionalmente significativa para Galicia.

VIVA ENGAGE

La estrategia de comunicación previa generó altos niveles de alcance e interacción en los canales internos.

- Posteos Oficiales: 5
- Visualizaciones: 1.214
- Reacciones promedio: 42,8
- Alcance promedio: 23,8%
- ER promedio: 3,9%

RESULTADOS DEL EVENTO

- +300 asistentes (60% colaboradores + 40% organizaciones sociales y referentes)
- 100% de satisfacción del evento (94% Excelente y 6% Muy bueno)

- 100% percepción positiva del impacto de Galicia en la comunidad (96% Totalmente de Acuerdo y 4% Muy de Acuerdo)
- 90% satisfacción de las experiencias inmersivas (75% Excelente, 14% Muy bueno y 10% Neutral)

Entre los principales resultados se destacaron:

- Alta participación del Equipo Galicia, organizaciones sociales aliadas y referentes externos.
- Fuerte involucramiento del público en las experiencias inmersivas y espacios de networking.
- Consolidación de una narrativa institucional coherente entre propósito, contenido y ejecución.
- Visibilización de iniciativas de impacto impulsadas junto a más de 100 organizaciones sociales aliadas y foco en el impacto generado sobre más de 1,8 millones de personas.
- Refuerzo del sentido de pertenencia y orgullo interno en torno al propósito de Galicia.

LinkedIn

- Interacción: 6%
- Visualizaciones: 6422
- Recomendaciones: 200
- Comentarios: 19
- Compartido: 14

Además del posteo oficial se contabilizaron 42 posteos orgánicos de speakers y participantes del Evento equivalente a un alcanse de +35.000 impresiones adicionales

Prensa

- Notas orgánicas: 10
- Audiencia: 70.000
- VAP: 2.900.000

Además, el evento fortaleció el posicionamiento interno de Galicia como una organización que entiende la sustentabilidad desde la acción concreta, la colaboración y el compromiso humano, demostrando que cuando las experiencias se diseñan desde el propósito, la comunicación deja de ser un mensaje para convertirse en cultura viva.