Huella Challenge.
"Medir para cambiar: el desafío ambiental de McCain LATAM"



PREMIOS EIKΩN

CHANGE AGENCY

McCain

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:

2.4. Sustentabilidad Ambiental. Capítulo nacional. Argentina.

Título del programa:

Huella Challenge. "Medir para cambiar: el desafío ambiental de McCain LATAM"

Nombre de la compañía o institución:

McCain

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

Corporate Communications Latam y Sustainability Latam McCain junto a Change Agency.

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

Mariana Roca (McCain), Micaela Uberti (McCain), Carolina Spataro (Change Agency), Agustina Rodríguez Blanco (Change Agency), María Agustina Queipo (Change Agency).

Descripción conceptual del caso

En el marco del Día Mundial del Ambiente, McCain LATAM lanzó Huella Challenge, una iniciativa que traspasó la sustentabilidad corporativa hacia una experiencia de nivel personal, medible y movilizadora. A través de un challenge participativo, **los colaboradores aprendieron a calcular su huella de carbono, reflexionaron sobre sus hábitos y compartieron acciones concretas para reducirla**. La campaña logró conectar y trasladar el compromiso ambiental global de la compañía con el de la vida cotidiana de cada persona, demostrando que el cambio comienza en lo individual, pero se potencia en lo colectivo.

Contexto

McCain cuenta con una **estrategia global de sustentabilidad** basada en cinco pilares:

- **Agricultura inteligente y sostenible.**
- **Operaciones con recursos eficientes.**
- **Buenos alimentos.**
- **Comunidades prósperas.**
- **Bases sólidas.**

Dentro de este marco, la compañía **asumió compromisos concretos de reducción de emisiones de CO_2** a lo largo de toda su cadena de valor.

En este contexto, surge un desafío clave: **involucrar activamente a los colaboradores en esta agenda**. No solo como espectadores, sino como protagonistas del cambio.

Partiendo de una premisa central —que las personas también formamos parte de las emisiones indirectas de la compañía (alcance 3)—, **McCain LATAM identificó la oportunidad de traducir**

un concepto complejo y global en una experiencia cercana, comprensible y accionable.

Además, en una organización regional con realidades diversas —plantas, oficinas y esquemas híbridos en distintos países—, era necesario **diseñar una iniciativa que fuera transversal, inclusiva y relevante para todos**.

Desafío

¿Cómo lograr que la sustentabilidad deje de percibirse como un concepto abstracto o corporativo y se convierta en una experiencia personal, concreta y movilizadora?

El desafío tuvo como fin, **demostrar que cada uno de nosotros también tiene un impacto medible**. Que hay decisiones del día a día, que sumadas, pueden beneficiar o perjudicar al ambiente. El gran propósito de este proyecto, fue poder pasarles el poder a cada una de las personas que trabajan en McCain LATAM, cómo ellos también pueden ser parte de una solución colectiva.

Transformando la concientización ambiental en una vivencia participativa, capaz de interpelar a cada colaborador desde su propia realidad, generando conexión emocional y promoviendo cambios reales de comportamiento.

Objetivo general

Aumentar la concientización de los colaboradores sobre su impacto ambiental individual y fomentar hábitos más sostenibles a través de una experiencia educativa, participativa y medible.

Objetivos específicos

- Aprender a cuantificar un estilo de vida a través de la medición de la huella de carbono individual.
- Visibilizar la huella de carbono individual de los colaboradores.
- Traducir el impacto ambiental en datos concretos y comprensibles.
- Incentivar la adopción de acciones cotidianas para reducir la huella.
- Generar conversación y compromiso interno en torno a la sustentabilidad.
- Conectar la estrategia global de la compañía con el accionar individual.
- Reforzar el posicionamiento de McCain como una organización comprometida con el cuidado del planeta, desde adentro hacia afuera.
- Educar sobre cómo nuestras acciones personales, de manera conjunta, mueven o impactan en los modelos de consumo e impactos ambientales de hoy en día.

Estrategia

La estrategia se basó en transformar la sustentabilidad corporativa en una experiencia personal, medible y colectiva, posicionando a cada colaborador como parte activa del impacto ambiental de la compañía.

Bajo el concepto "Mide tu huella, mide tu impacto", la campaña combinó **tres dimensiones**:

- **Educación:** brindar información clara sobre qué es la huella de carbono, qué son las emisiones de CO2 y su impacto en el ambiente. Además, que entiendan cómo pueden reducirla.

- **Acción:** permitir a cada persona medir su propia huella y reflexionar sobre el impacto de sus hábitos.

- **Movilización:** incentivar cambios concretos y reconocer el compromiso individual.

El enfoque partió de un **insight clave: el cuidado ambiental no depende únicamente de grandes decisiones corporativas, sino también de las acciones cotidianas de cada persona.** Entender que lo que nosotros hacemos de manera individual, también cuenta.

Así, la iniciativa **conectó el impacto individual con el impacto organizacional**, reforzando la idea de que el compromiso colectivo es lo que permite generar transformaciones reales.

Para materializar este enfoque, se decidió desarrollar un challenge digital regional. Este formato permitió transformar la concientización en acción, pasando de un mensaje unidireccional a una experiencia participativa, donde cada colaborador podía involucrarse activamente, medir su impacto y compararlo con una referencia concreta.

El desafío introdujo además una lógica de superación personal y motivación —propia de los challenges— que favoreció la adopción, el engagement y la apropiación del concepto, independientemente del rol, país o modalidad de trabajo. De esta manera, la sustentabilidad dejó de ser un contenido informativo para convertirse en una experiencia vivida.

Implementación

Concepto creativo y narrativa

- Nombre: Huella Challenge
- Claim: "Mide tu huella, mide tu impacto"
- Mensaje transversal: "Nadie se salva solo", reforzando la dimensión colectiva del cambio.

Dinámica del Challenge

1. **Cada colaborador accedió a una calculadora de huella de carbono**, donde registró sus hábitos cotidianos (movilidad, consumo, energía, estilo de vida).
2. **El resultado fue cargado mediante un formulario interno**, junto con una breve reflexión sobre posibles acciones de mejora.
3. Durante la campaña, **se compartieron tips prácticos y contenidos educativos**, promoviendo cambios concretos en la vida diaria para un estilo de vida y de consumo más sostenible.
4. Los participantes también **compartieron aprendizajes y recomendaciones en canales internos**, generando conversación y aprendizaje colectivo.
5. **Se reconoció como ganador a quien obtuvo la menor huella de carbono**, convirtiéndose en **Embajador Ambiental McCain**.

Reconocimiento e incentivo

- **Premio principal:** viaje a conocer la planta de Araxá (Brasil), la primera planta carbono neutral de McCain a nivel global. El mismo incluyó una visita guiada liderada por el equipo de Sustentabilidad de Araxá para que el ganador profundice en las acciones que hace la compañía en esta materia.
- **Reconocimiento extendido:** insignias digitales de Embajadores Ambientales, utilizadas en perfiles internos y firmas de correo.

Experiencia del ganador (extensión del impacto)

El premio permitió **llevar la experiencia más allá del challenge**, conectando el compromiso individual con la operación real de la compañía.

El ganador visitó la planta de Araxá, donde pudo conocer de primera mano prácticas de sustentabilidad como: uso de biomasa en procesos energéticos

- gestión de biogás
- eficiencia operativa
- modelos de economía circular
- agricultura regenerativa en campo

Esta experiencia **reforzó el vínculo entre los hábitos individuales y el impacto industrial**, demostrando que la sustentabilidad es una práctica concreta y escalable.

Como expresó el propio **ganador en VIVA Engage en su reflexión post-viaje**:

> *"Lo que aplico en mi vida cotidiana para reducir mi impacto lo vi replicado a gran escala en la operación industrial, confirmando que la sustentabilidad no es teoría, sino una práctica posible."*

Canales de comunicación

- **Mail interno**
- **VIVA Engage:** con posts que superaron las 550 vistas.
- **Carteleras** digitales y físicas con QR
- **Formularios internos**

Alcance regional

La campaña fue implementada en toda LATAM, en español y portugués, garantizando coherencia y adaptación cultural en todos los países.

Resultados

La iniciativa logró instalar la sustentabilidad como un tema relevante dentro de la agenda interna de McCain LATAM, promoviendo la participación activa de los colaboradores y fortaleciendo el vínculo entre el impacto individual y el compromiso colectivo.

Resultados cuantitativos

72 colaboradores participaron, de distintos países de la región y 5 BUs.

72 mediciones de huella de carbono individual se registraron.

68% de quienes iniciaron la experiencia **completaron exitosamente su medición**.

1 ganador regional se definió, fue reconocido como Embajador Ambiental McCain.

Resultados cualitativos

A nivel cultural, **la iniciativa generó**:

- **Mayor nivel de conciencia** sobre el impacto ambiental individual.
- **Apropiación del concepto** de huella de carbono a través de datos concretos y comprensibles.
- **Conversación activa en canales internos**, con intercambio de aprendizajes y recomendaciones entre colaboradores.
- **Incorporación y visibilización de hábitos sostenibles** en la vida cotidiana.

Asimismo, **se evidenció una mayor conexión entre los colaboradores y el propósito de la compañía**, fortaleciendo el orgullo de pertenencia vinculado al compromiso ambiental.

Extensión del impacto

El impacto de la iniciativa se potenció a través de la experiencia del ganador, quien obtuvo una huella anual de 1,5 toneladas de CO_2, por debajo del promedio nacional en su país (Colombia: 1,6 toneladas). La novedad se difundió con alto impacto de colaboradores tanto interna (Viva Engage) como externamente (LinkedIn).

Durante su visita a la planta de Araxá —la primera planta carbono neutral de McCain a nivel global—, pudo vivenciar cómo los principios de sustentabilidad se aplican a gran escala en la operación industrial y agrícola.

Esta instancia permitió reforzar un mensaje clave de la campaña: las acciones individuales tienen correlato en modelos productivos más sostenibles.

Proyección

A partir de los resultados obtenidos, la iniciativa tendrá continuidad en una segunda edición, enfocada en un nuevo desafío: reducir la huella de carbono medida en la primera experiencia, profundizando así el cambio de hábitos en el tiempo.