FRUTEÁ TU ESCUELA

UNA IDEA DE

Tropical argentina

Capítulo general - Categoría 23

Marketing social

Caso: Fruteá Tu Escuela

Empresa: Tropical Argentina S.R.L.

Agencia de comunicación: Estudio Malaquita

Responsables:

Lic. Ana Laura Campetella y DG Mauricio Bonino

Equipo creativo:

Jeremy Méndez

Dana Brignone

Victoria Nicolau

Sabrina Proni

María José Villareal Casado

Leticia Riera

Elian Placci

1| Introducción





Tropical argentina

Tropical Argentina es la **empresa líder del sector frutihortícola argentino** dedicada a la maduración, comercialización y distribución de una amplia variedad de frutas nacionales e importadas. Con un equipo de más de 80 colaboradores, aspira a ser un puente entre la producción y la mesa de cada hogar: la oportunidad de crecimiento para todos los productores nacionales que buscan vínculos sólidos y honestos para llevar su fruta a todo el país y al mundo.

La empresa cuenta con una planta modelo de maduración y distribución en el **Mercado Central de Buenos Aires**, un segundo centro de maduración en **La Boca** y un depósito fiscal propio en la provincia de **Mendoza**. Infraestructura de primer nivel para abastecer de manera profesional y continua el mercado argentino. Además, dispone de tecnología de punta 100% nacional para la maduración: túneles presurizados que permiten controlar la climatización de la fruta para lograr la mejor calidad y un sabor diferencial.

El programa se desarrolla en un contexto atravesado por cambios en los hábitos de consumo y transformaciones en los modelos de alimentación, donde se observa una disminución del consumo de frutas y una creciente presencia de alimentos ultraprocesados, especialmente en niños, niñas y adolescentes. Frente a este escenario, Tropical Argentina identificó la oportunidad de construir una propuesta capaz de vincular educación, creatividad y participación escolar.

Según la última Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (2019)

41%

de los NNyA de entre 5 y 17 años

posee sobrepeso y obesidad por malnutrición, en un 20,7 % y un 20,4 %, respectivamente.

13,6%

de la población menor a 5 años

posee exceso de peso por malnutrición, una cifra alarmante teniendo en cuenta que el porcentaje esperado para esta edad es del 2,3 %.

Los NNyA consumen un

40%

más de bebidas azucaradas, el doble de productos de pastelería y galletitas dulces, el doble de productos de copetín (tipo snacks) y el triple de golosinas respecto de los adultos, todos ellos alimentos con altos niveles de azúcar, grasa y sal.

solo el 6%

de los argentinos y argentinas consume las 5 porciones diarias de frutas y verduras recomendada por OMS. La mayoría solo consume 2 porciones al día, lo cual equivale a 200 de 700 gramos totales.



En los últimos 20 años, la ingesta de frutas disminuyó un **41 %** y la de hortalizas un **21 %** mientras que, en el mismo período, el consumo de gaseosas y jugos en polvo se duplicó.

Según la Organización Panamericana de la Salud

Argentina lidera, junto a México y Chile, las ventas anuales per cápita de productos ultraprocesados en Latinoamérica.



Según un estudio realizado por UNICEF (2021)

1 de cada 2 chicos y chicas en la Argentina reconoce haber comprado un alimento poco saludable porque lo vio en una publicidad.

En América Latina 3,9 millones de niños y niñas de este rango etario poseen sobrepeso u obesidad por malnutrición.

Argentina ocupa el primer puesto en Latinoamérica en sobrepeso en menores de 5 años.

Según la Organización Mundial de la Salud:

La ingesta insuficiente de frutas y verduras está **entre los 10 factores principales de riesgo de mortalidad.**

1,7 millones de vidas por año podrían salvarse si se aumentara lo suficiente el consumo de frutas y verduras.



FRUTEÁ
TU ESCUELA

Fruteá Tu Escuela es una **acción de marketing social** desarrollada **desde 2017** por Tropical Argentina, entendiendo a la comunicación como una herramienta capaz de generar valor compartido entre la comunidad y la organización.

Fruteá Tu Escuela no se plantea como una intervención destinada a modificar hábitos alimentarios de manera estructural por sí sola. Su propósito consiste en **habilitar conversaciones pedagógicas sobre alimentación saludable, generar experiencias de aprendizaje y construir una imagen positiva de Tropical Argentina mediante una acción de impacto social y educativo.**

Con el paso de las distintas ediciones, el programa evolucionó desde una primera experiencia de alcance reducido hacia una propuesta con capacidad para involucrar estudiantes, docentes, escuelas, familias y actores institucionales de todo el país.

2| Propuesta y enunciado de la campaña

FRUTEÁ TU ESCUELA

MÁS CÁSCARAS MENOS ENVOLTORIOS



Llenar de frutas las escuelas de todo el país es el lema general que resume el compromiso que Tropical Argentina viene asumiendo desde 2017 ante una realidad alimentaria cada vez más alarmante. Y **Fruteá Tu Escuela** es la campaña de promoción en la que este lema se materializa.

Fruteá Tu Escuela es un concurso para **instituciones educativas públicas y privadas de toda la Argentina** destinado a niños, niñas y adolescentes **de nivel inicial, primario y secundario**, quienes pueden participar en equipos liderados por sus docentes. El nombre proviene del verbo *frutar*, es decir, *dar frutos*. Se utiliza imperativamente y apelando a las y los jóvenes. Este uso es común en los neologismos asociados a las nuevas tecnologías. De la misma forma que las palabras *googlear* y *googleá* provienen de buscar en *Google, fruteá* también juega con la acción y el sustantivo (fruta).

La **estrategia de la novena edición** de Fruteá Tu Escuela estuvo orientada a generar espacios de participación y apropiación de la temática alimentaria desde formatos educativos y creativos, tomando como eje conceptual la relación entre alimentación saludable y cuidado ambiental.

La campaña se desarrolló entre abril y octubre de 2025, acompañando las distintas etapas de convocatoria, inscripción, producción de trabajos, evaluación y difusión de resultados. La propuesta buscó mantener vigente una iniciativa ya consolidada a nivel nacional, incorporando una temática cercana a las conversaciones presentes en las escuelas y promoviendo formas de participación acordes a cada nivel educativo.

LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA SON:

SENSIBILIZAR e instalar conversaciones sobre alimentación saludable y cuidado del entorno dentro de la comunidad educativa.

FACILITAR herramientas y experiencias pedagógicas para trabajar la temática desde el aula y promover la participación de estudiantes y docentes.

INCENTIVAR experiencias creativas que permitan a niños, niñas y adolescentes apropiarse de la temática y transmitirla a sus pares.

CONSOLIDAR el posicionamiento de Tropical Argentina como una empresa comprometida con la educación, el bienestar y el impacto social.

PÚBLICOS

Públicos directos

- Estudiantes de nivel inicial, primario y secundario.
- Docentes y equipos educativos.

Públicos indirectos

- Familias.
- Comunidad educativa.
- Organizaciones e instituciones aliadas.
- Sociedad en general.



La edición 2025 tomó como eje creativo**“Más cáscaras, menos envoltorios”**, una propuesta que buscó incorporar una nueva perspectiva a una temática ampliamente trabajada en las aulas argentinas: comprender que elegir alimentos frescos como la fruta constituye una decisión beneficiosa para la salud y también una práctica responsable con el ambiente.

La campaña invitó a estudiantes y docentes a pensar cómo pequeñas acciones cotidianas pueden convertirse en decisiones con impacto positivo tanto para las personas como para el entorno.

La campaña tomó como eje el lema, vinculando alimentación saludable y cuidado ambiental desde una lógica cercana a la experiencia cotidiana escolar. A partir de esta temática se desarrollaron consignas diferenciadas según el nivel educativo, con el objetivo de adaptar la participación a los intereses y capacidades de cada grupo.





Para **Nivel Inicial**, los equipos debían desarrollar un **afiche o póster con técnica manua**l utilizando restos de frutas recicladas. Para **Nivel Primario**, la propuesta consistió en crear una **historieta de una viñeta** orientada a convencer a otros estudiantes sobre los beneficios de consumir fruta fresca como una opción saludable y ambientalmente responsable. En **Nivel Secundario**, los participantes debían producir una **pieza audiovisua**l publicitaria o de propaganda invitando a consumir más frutas y promover el cuidado del ambiente.



Para la comunicación y difusión de la acción se utilizaron diferentes canales de comunicación en función de los públicos.

Externos

- Sitio web oficial
- Redes sociales
- Email marketing
- Prensa y medios
- Alianzas institucionales





Internos / relacionales con la comunidad educativa:

- Comunicación con docentes
- Contacto con referentes educativos
- Materiales y recursos pedagógicos



3| Desarrollo y ejecución del plan

La implementación de la novena edición de Fruteá Tu Escuela se estructuró a partir de una propuesta capaz de acompañar a estudiantes y docentes durante todo el recorrido de participación, desde el lanzamiento hasta la instancia final de evaluación y premiación. La estrategia de comunicación buscó sostener múltiples puntos de contacto durante el proceso, combinando herramientas digitales, contenidos educativos y acciones de acompañamiento.

Durante cada una de estas fases se implementaron acciones específicas de acompañamiento y difusión.

ETAPA
Inscripción y envío de trabajos

Propósitos:

- Lograr nuevos participantes motivando la participación en casa.
- Brindar información clara, herramientas y asistencia para una participación efectiva.



ETAPA
Votación

Propósitos:

- Incentivar al público general a votar en la página web.



ETAPA
Evaluación del jurado

Propósitos:

- Reforzar la comunicación sobre los premios de la campaña.
- Difundir y agradecer la participación de entidades aliadas.
- Transparentar las personas que conforman el jurado.

ETAPA
Anuncio de ganadores y premiación

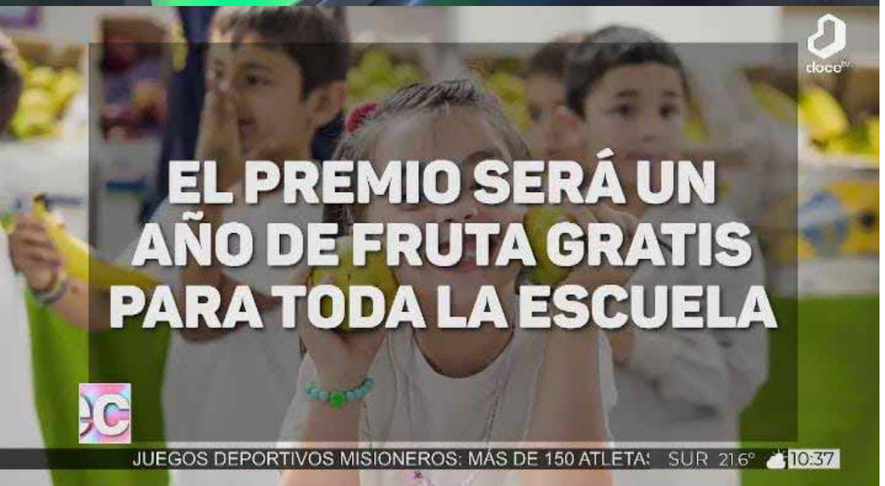
Propósitos:

- Dar a conocer a los equipos ganadores del concurso.
- Informar modalidad, fecha y forma de participación del acto de premiación.









Los principales soportes del plan comunicacional fueron:

- Campañas de comunicación y difusión en redes sociales.
- Estrategias de email marketing dirigidas a docentes y participantes.
- Producción de materiales y contenidos educativos.
- Desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales.
- Gestión de prensa y difusión en medios.
- Articulación con organizaciones y aliados institucionales.
- Participación de jurados externos y acciones de reconocimiento.

La **etapa de lanzamiento** fue la de **mayor presencia en medios con 39 salidas**, seguida por la etapa de votación con 34 y el anuncio de ganadores con 33 apariciones.

Durante la implementación también se incorporaron ajustes orientados a mejorar la experiencia de participación y responder a necesidades detectadas en ediciones anteriores.

Uno de los principales cambios fue la implementación de un **asistente virtual para docentes**, diseñado para brindar acompañamiento durante distintas etapas del concurso y facilitar respuestas a consultas vinculadas a inscripciones, consignas, carga de trabajos y funcionamiento general del programa. La herramienta buscó mejorar el acceso a la información y ampliar la capacidad de acompañamiento del concurso.

Además, se incorporó una estrategia de **mensajería push a través de Meta**, con el objetivo de fortalecer el contacto con potenciales participantes y acompañar el recorrido de quienes ya habían mostrado interés en el programa. Esta herramienta permitió generar nuevos puntos de contacto, reforzar recordatorios y aumentar las oportunidades de interacción durante el desarrollo de la campaña.

Se generaron piezas de comunicación tanto gráficas como audiovisuales que fueron pautadas en las redes sociales (*Instagram y Facebook*) para lograr difusión y nuevos participantes. Se apostó por la creación de un número reducido de piezas bien claras, concretas y concisas, que resumieran el concurso y despertaran el interés por participar desde los hogares.

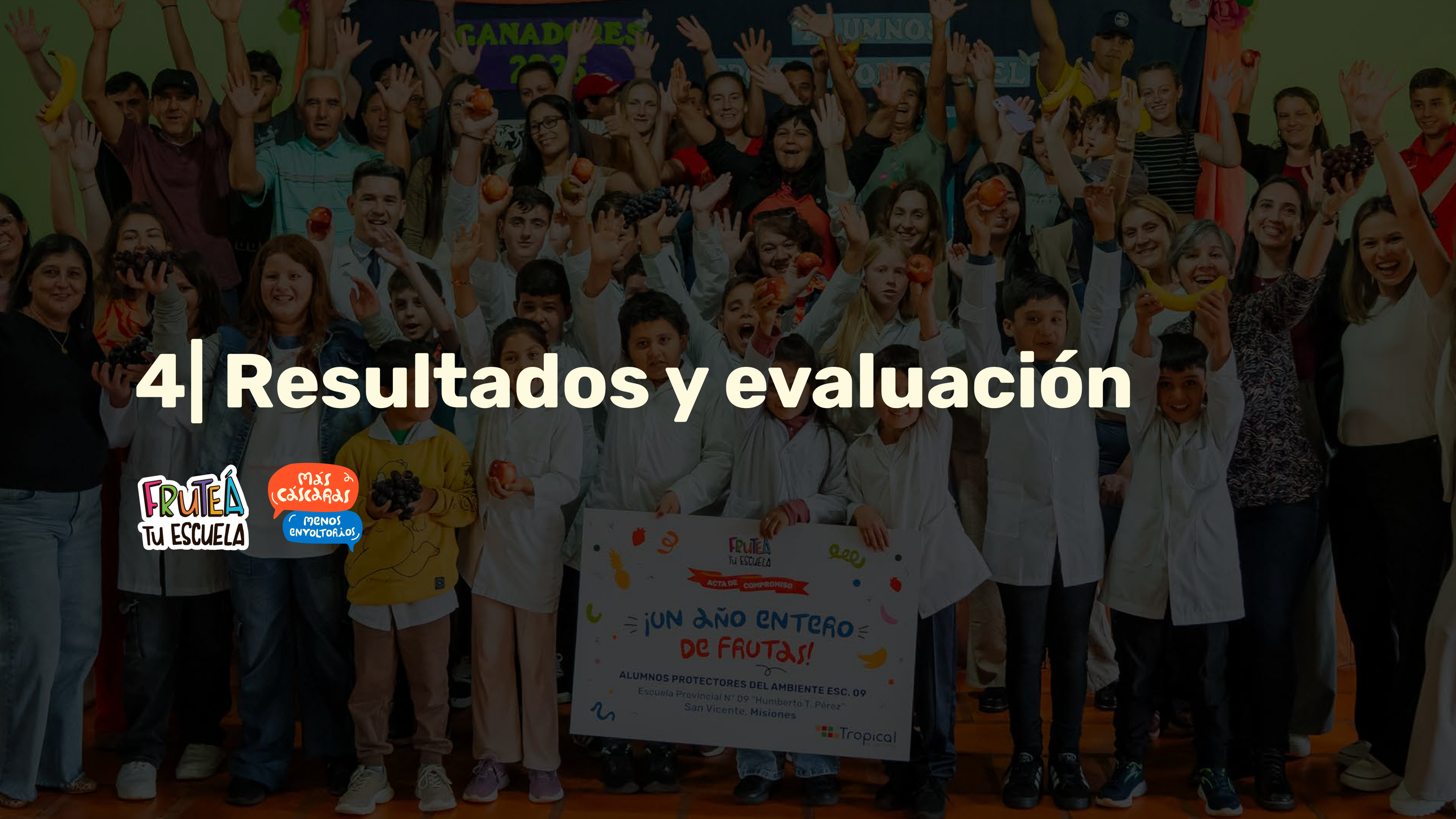


ver pauta oficial



ir a canal de YouTube oficial

4| Resultados y evaluación



Los resultados obtenidos permiten analizar el impacto de Fruteá Tu Escuela desde múltiples dimensiones. Además de los indicadores de participación y alcance, la edición 2025 permitió identificar resultados vinculados a la construcción de vínculos, fortalecimiento institucional y generación de experiencias significativas dentro de la comunidad educativa.

PARTICIPACIÓN Y ALCANCE

La novena edición de Fruteá Tu Escuela alcanzó:



5.657
docentes inscriptos



951
docentes participantes



2.641
trabajos enviados al jurado



3.247
trabajos publicados en la plataforma



880
escuelas participantes



26.410
estudiantes participantes



Participación en 23 provincias y CABA



615.561
votos emitidos durante la etapa de votación

Estos resultados consolidan el crecimiento sostenido del programa y su capacidad de convocatoria a nivel federal, fortaleciendo una red de participación construida a lo largo de nueve ediciones.



4.1| Ecosistema digital y visibilidad

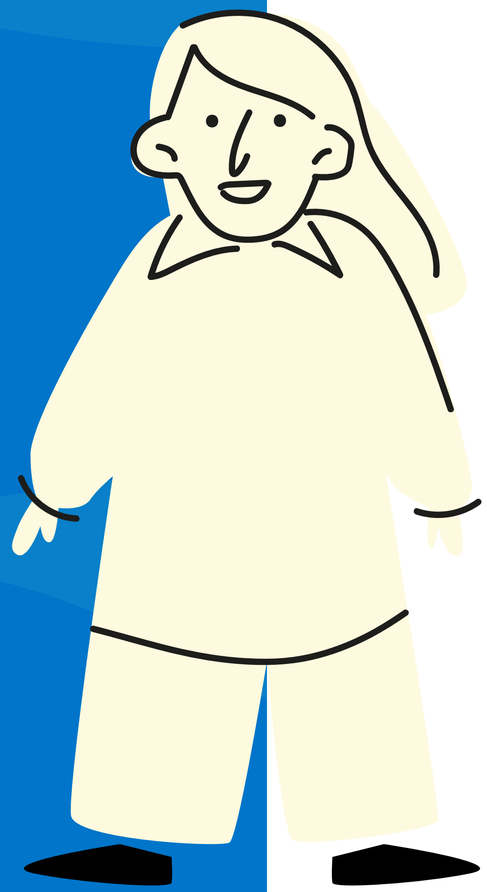
La estrategia de comunicación permitió sostener una presencia continua en distintos canales y generar múltiples puntos de contacto con estudiantes, docentes y aliados.

Entre los principales indicadores se destacan:

Más de
4,8 millones
de visitas web

21.037.458
visualizaciones en redes sociales

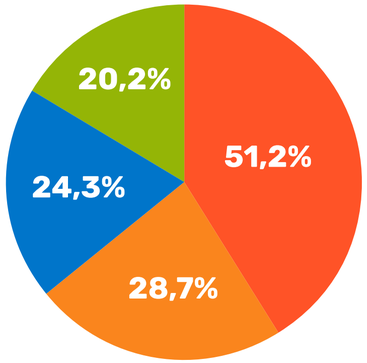
107 salidas en medios y prensa



PERCEPCIÓN E IMPACTO EN LA COMUNIDAD EDUCATIVA

Las **encuestas realizadas a docentes** muestran que el valor percibido del programa se vincula principalmente con su capacidad para generar conversaciones y experiencias compartidas dentro de las escuelas.

Los **resultados** muestran que:



- El **28,7%** considera que el programa funciona como un puntapié inicial para generar cambios y nuevas prácticas.
- El **24,3%** considera que habilita conversaciones institucionales.
- El **20,2%** identifica transformaciones concretas dentro de las escuelas.
- El **51,2%** observa un mayor consumo de frutas en estudiantes durante el proceso de participación.

Las respuestas cualitativas muestran además que docentes y participantes valoran especialmente la posibilidad de abordar la temática desde múltiples espacios pedagógicos, promoviendo experiencias que involucran estudiantes, familias y comunidad educativa.

4.2| Fortalecimiento institucional y alianzas



Además de los resultados de participación, la edición 2025 permitió generar avances relevantes vinculados a la construcción de relaciones institucionales y reconocimiento del programa.

Uno de los hitos más significativos fue el **reconocimiento obtenido en la Provincia de Misiones**, donde la participación en Fruteá Tu Escuela incorporó **certificación y puntaje docente.** Este antecedente representa una oportunidad estratégica para futuras ediciones y plantea la posibilidad de ampliar este tipo de articulaciones a otros distritos educativos.

Asimismo, el programa fortaleció el vínculo con empresas, organizaciones y actores de la cadena frutihortícola. La participación de proveedores locales —muchos de ellos productores— permitió generar una percepción positiva respecto del alcance federal del programa y del rol asumido por Tropical Argentina como impulsor de una iniciativa con impacto social y educativo.

El programa logró así construir valor no solo hacia afuera de la organización, sino también hacia los actores que forman parte de su propio ecosistema productivo.

4.3| Aprendizajes y proyección















La edición 2025 permitió confirmar que las temáticas cercanas a la experiencia cotidiana y trabajadas desde formatos creativos favorecen una mayor apropiación por parte de estudiantes y docentes.

Asimismo, la incorporación de nuevas herramientas de acompañamiento y contacto permitió identificar oportunidades para fortalecer futuras ediciones y continuar ampliando el alcance y la experiencia de participación.

FRUTEÁ TU ESCUELA

UNA IDEA DE

Tropical argentina