Premios Eikon - Fruteá Tu Escuela 2025

Categoría 23 Marketing social

Capítulo: General

Caso: Fruteá Tu Escuela

Empresa: Tropical Argentina S.R.L.

Agencia de comunicación: Estudio Malaquita

Región: Argentina

Responsables: Lic. Ana Laura Campetella y DG Mauricio Bonino

Equipo creativo: Jeremy Méndez, Leticia Riera, Dana Brignone, Elian Placci, Victoria Nicolau, Sabrina Proni, María José Villareal Casado.

Introducción

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**. 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.

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**

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.
- ***Argentina ocupa el primer puesto en Latinoamérica en sobrepeso en menores de 5 años.***
- En **América Latina 3,9 millones de niños y niñas** de este rango etario poseen sobrepeso u obesidad por malnutrición.

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 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**.

Propuesta y enunciado de la campaña

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. 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.

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

- **Directos:** Estudiantes de nivel inicial, primario y secundario. Docentes y equipos educativos.
- **Indirectos:** Familias, comunidad educativa, organizaciones e instituciones aliadas. Sociedad en general.

Mensaje

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.
A partir de esta temática se desarrollaron consignas diferenciadas según el nivel educativo: Para **Nivel Inicial**, los equipos debían desarrollar un **afiche o póster con técnica manual** 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 audiovisual publicitaria o de propaganda** invitando a consumir más frutas y promover el cuidado del ambiente.

Canales de comunicación:

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

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.

Etapa	Inscripción y envío de trabajos	Votación	Evaluación del jurado	Anuncio de ganadores y premiación
Propósitos	Lograr nuevos participantes motivando la participación en casa. Brindar información clara, herramientas y asistencia para una participación efectiva.	Incentivar al público general a votar en la página web.	Reforzar la comunicación sobre los premios de la campaña. Difundir y agradecer la participación de entidades aliadas. Transparentar las personas que conforman el jurado.	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.
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.
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.

Resultados y evaluación

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 Ciudad Autónoma de Buenos Aires**
- **615.561 votos** emitidos durante la etapa de votación

Ecosistema digital y visibilidad:

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.

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.

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.