

Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse: Categoría 4: Asuntos Públicos/ Lobbying

Título del programa: Inauguración de nueva planta Industrial en La Tablada

Nombre de la compañía o institución: Whirlpool Argentina

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

Persona/s responsable/s del plan de comunicación: Pablo Feresini (Director General y Director para el Cono Sur), Alejandro Toscano (Gerente Senior de Comunicaciones y Asuntos Públicos para Latinoamérica).

Un twitt que identifique y defina el propósito del programa: @whirlpool_arg en un año desarrolló una red de proveedores similar a la de Italia y en 2017 invertirá en una nueva línea de lavarropas

Los hastags utilizados eran: #MásInversiónMásEmpleo #PobrezaCero

INTRODUCCIÓN

Whirlpool empresa líder mundial en la fabricación de electrodomésticos inauguró el 1º de diciembre del 2016 una nueva planta Industrial en la ciudad de La Tablada, en la localidad de La Matanza (provincia de Buenos Aires). La misma se inscribió en el marco de su plan de inversión de \$300 millones en el país destinados a la producción de línea blanca.

La instalación de una nueva planta de fabricación propia marcó un hito en la historia de Whirlpool, concentrando su producción tanto en el mercado local como en el mercado extranjero, con líneas equipadas de tecnología que permitirán fabricar productos Premium no antes producidos en el país.

“Es un orgullo para nosotros fabricar en Argentina con la misma calidad mundial que nos diferencia como marca y poder mostrar así los resultados concretos de nuestro compromiso ininterrumpido con el desarrollo de una industria nacional fuerte y de vanguardia que nos distinga en el mundo” destacó Alejandro Toscano, Gerente Sr. de Comunicación y Asuntos Gubernamentales para Latinoamérica.

La planta industrial fabrica productos que no se producían en la Argentina hasta esta inauguración, como por ejemplo nuevas cocinas con controles digitales y electrónicos, que permiten programar un tiempo de cocción en el horno y al finalizar el mismo automáticamente se apaga la llama. Además esta tecnología permite un consumo inteligente del gas, por ende un ahorro energético, en línea con el compromiso solicitado por el gobierno nacional a partir de la declaración de la emergencia energética estipulada en 2016 (sigue vigente en la actualidad).

Las metas en materia de relacionamiento gubernamental por parte de Whirlpool se centran en acompañar a los gobiernos de turnos en la profundización de la relación público/privada buscando mejorar la calidad de vida de los habitantes de cada país donde está presente. Casos como el mencionado son un claro ejemplo de ello. La posibilidad no sólo de la inauguración, sino también del acompañamiento de las autoridades nacionales, provinciales y locales desde el primer día de la obra, significa el compromiso de la compañía y la confianza sobre ella que depositan diariamente todos los argentinos.

OBJETIVOS

Formar parte de la agenda de productividad que el gobierno nacional impulsó el año pasado y que aún mantiene.

Dar visibilidad a las inversiones y el plan a futuro de la compañía en el país.

Mostrar el compromiso de la compañía en materia de reducción de consumos de energía a través de sus productos.

Anunciar la incorporación, junto a las nuevas líneas de producción, de nuevos empleados (300 puestos de trabajo entre directos e indirectos).

Sentar las bases por los próximos anuncios que se sucederán durante el 2017.

Gestionar presencia de la Gobernadora María E. Vidal y el Ministro de Producción de la Nación, Francisco Cabrera, durante algún momento del proceso de instalación del nuevo centro.

No quedar expuestos, ni sumergidos en una interna política entre el gobierno local y el gobierno provincial.

Contexto

Actualmente la empresa junto con sus socios industriales produce en el país más del 80% de su portfolio de productos con las marcas Whirlpool y Eslabón de Lujo en 4 provincias argentinas (Córdoba, San Luis, Buenos Aires y Tierra del Fuego). Estas comprenden 9 líneas de electrodomésticos con una gran variedad de modelos de cocinas, lavarropas, microondas, aires acondicionados, purificadores de aire, campanas, hornos y anafes empotrables y heladeras; por lo que produce más de 100.000 unidades al año de todos los productos comercializados.

Uno de los pilares de la gestión de sustentabilidad de Whirlpool se encuentra en la búsqueda de la reducción del volumen y del impacto de los insumos utilizados en la fabricación de sus electrodomésticos – principalmente acero, aluminio, cobre, cartón y plásticos. Los esfuerzos en ese sentido le permiten a la empresa desarrollar lavarropas constituidas por 80% de polipropileno, un plástico con altas tasas de reciclabilidad. Las heladeras, por su parte, son producidas con 90% de materiales reciclables.

Se buscó la participación de funcionarios claves a nivel nacional, provincial y local, como así también generar y reforzar puentes de comunicación directa con dichos tomadores de decisiones de los distintos niveles de Gobierno.

La compañía entiende que debe generar y mantener relaciones de diálogo con cada uno de sus stakeholders y satisfacer de forma equilibrada los intereses de todos ellos para cumplir su rol empresarial de manera ética y responsable, logrando que su negocio, como un todo, sea una contribución cada vez más positiva a la sociedad, lo que a su vez es requisito de su propia sustentabilidad.

PÚBLICOS

Referentes del sector industrial y funcionarios claves del Gobierno nacional, provincial y municipal.

Whirlpool Latinoamérica tiene como prioridad el desarrollo de una relación transparente con sus partes interesadas (stakeholders), basada en el respeto y en el diálogo. Esa relación es benéfica para todos los que interactúan en su cadena de valor (tanto del sector privado como del público), ya que la empresa puede mejorar su gestión a partir de las sugerencias recibidas, y los grupos de interés pueden conocer más sobre productos, servicios y prácticas de Whirlpool.

La compañía también ve en esos contactos una oportunidad de influir en sus comunidades (comunidades entendidas no como una simple audiencia, sino como personas a las cuales desea llegar con las cuales además interactúa permanentemente por diversas vías on line y off line) con el fin de divulgar sus valores y adaptar una conducta ética y responsable, basada en los principios de la sustentabilidad. y responsabilidad empresarial.

Whirlpool utiliza sus canales de comunicación con los proveedores para mantenerlos informados sobre distintos temas relevante para el negocio. El objetivo es mostrar a los proveedores su adecuación a las expectativas de la compañía.

Es política de la empresa no sólo efectuar a nivel nacional y provincial este ejercicio de listar y asignar criticidad a sus grupos de interés (“mapeo”, con herramientas metodológicas disponibles en Asuntos Corporativos), sino también hacerlo como es este caso en la localidad de La Tablada, partido de La Matanza: tanto al inicio del proceso de relacionamiento, como a lo largo del tiempo, con la periodicidad que se requiera de acuerdo al dinamismo del negocio y del entorno.

EJECUCION DEL PLAN

Previo a la inauguración, se elaboraron los materiales para uso interno de la compañía:

- Se elaboraron informes económicos a nivel nacional y local.
 - Estos informes contaban con información económica de coyuntura 2016 y distintas proyecciones 2017.
- Se diseñó el discurso de inauguración para el Director Whirlpool para el Cono Sur, Pablo Feresini.
 - El relato se realizó pensando en “momentos emotivos”; como desde un Centro Logístico se llegó - en pocos meses - a generar una planta con la última tecnología a nivel mundial.
 - También se explicó los beneficios que, en forma directa, se lograron con esta planta. Además de los puestos de trabajo dentro de la planta – todos oriundos de La Matanza y todos jóvenes que es su primer empleo – se constituyó una red de proveedores que también generaron más puestos de trabajos indirectos.
 - Hay que tener en cuenta que estas empresas más pequeñas, para sumarse en la lista de proveedores tuvieron que “adaptarse a los procesos de calidad mundial que Whirlpool implementa en el mundo”; esto implicó mejorar sus procesos internos, sumar personal y maquinaria.
- Se elaboraron las invitaciones de funcionarios públicos de la Nación, de la Provincia de Buenos Aires del Municipio de la Matanza y distintas cámaras empresarias. .
 - El relacionamiento con los distintos funcionarios llevó varios meses. “Es importante generar confianza, que te conozcan antes que los invites a un evento de esta naturaleza” (Alejandro Toscano)
- Para estos casos hay que saber que los funcionarios – sobre todo los ministerios de Producción (nacional y provincial) – tienen invitaciones de distintas compañías y hacen una compleja selección de “plantas a recorrer o inaugurar”.
 - Se realizaron reuniones periódicas con funcionarios claves a nivel nacional con el objetivo de hacerles conocer el plan de inversiones de la compañía
 - Con el objetivo de realizar un seguimiento de las gestiones se coordinaron reuniones semanales entre la compañía y Llorente & Cuenca.
 - “Hubo que convencerlos con argumentos que lo que se iba a inaugurar iba a cambiar el ecosistema económico y productivo de La Tablada” (Alejandro Toscano)
 - “Queremos ser parte de la agenda productiva del país. La competitividad está en nuestro ADN y por eso buscamos siempre innovar, no sólo con nuestros productos sino también con nuestras gestiones” (Alejandro Toscano)
- Luego de la inauguración se realizó un seguimiento en los distintos diarios.
 - Es importante saber que se dijo y como se dijo o que se habló sobre la inauguración.
 - Esto se realizó para ver si lo que pasó durante el evento fue lo mismo que transmitieron lo mismo o si había que aclarar algún punto o cuestión.

EVALUACIÓN Y RESULTADOS

En febrero de 2016 y en el marco del anuncio oficial de la próxima inauguración del nuevo planta, la Gobernadora de la Provincia de Buenos Aires, María Eugenia Vidal, visitó – junto al Secretario General bonaerense, Fabián Perehodnik - el lugar cuando era un Centro de Logístico y los directivos de Whirlpool le explicaron la inversión que se iba a realizar. Cabe recordar que fue la primera empresa que visitó Vidal como gobernadora de la provincia.

Además hubo distintas reuniones con funcionarios de la provincia de Buenos Aires como Agustín O'Reilly (Subsecretario de Producción) y dirigentes empresarios de la Unión Industrial Argentina (UIA) y de la UIPBA (Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires)

La inauguración de la Planta contó con la participación del Ministro de Producción de la Nación, Francisco Cabrera, la Intendente de la localidad de La Matanza, Verónica Magario y la Secretaria de Producción Local de dicha localidad, Debora Gorgi (ex Ministra de Producción de la Nación, durante la presidencia de Cristina Kirchner); autoridades de la Secretaria de Comercio (José García Hamilton. También participó el Presidente del Bloque de Concejales Cambiemos de La Matanza, Miguel Calvete.

Los resultados superaron las expectativas del cliente debido a los comentarios que plasmaron distintos funcionarios en redes sociales; donde destacaron la inversión, la generación de empleo y la innovación tecnológica de los productos (cocinas y lavarropas).

Por el lado de la compañía, contó con la presencia de Armando Valle Jr – Vicepresidene de Latinoamérica – esto muestra la importancia que tenía este evento para la compañía; el Director General y Director para el Cono Sur, Pablo Feresini y el Gerente Senior de Comunicaciones y Asuntos Públicos para Latinoamérica, Alejandro Toscano.

Por ultimo hay que resaltar la buena cobertura mediática de los principales diarios y portales de Argentina como son La Nación e Infobae, esto permitió al evento llegar a una audiencia potencial de más de 1.500.000 personas.