

**PRESENTACIÓN PREMIO ACENTO
EDICIÓN 2025
CATEGORÍA EVENTO**

**70 AÑOS DE FÁBRICA SANTA ISABEL
RENAULT ARGENTINA**

Área que desarrolló el caso:

Dirección de Asuntos Públicos, Comunicación y
Sustentabilidad - Renault Argentina S.A.

Responsables:

Matías Maciel, Director de Asuntos Públicos,
Comunicación y Sustentabilidad.

Virginia Rivera, Gerente de Comunicaciones

Lucía Ploper, Gerente de Marketing.

Federico Amateis, Responsable de Comunicación
Córdoba.

Ejecución:

Virginia Rivera, Lucía Ploper, Federico Amateis, Ariel
Straus, Manuel Norverto y Micaela Orecchini.

INTRODUCCIÓN

Todo gran hito comienza con un gran sueño... y así como el sueño de instalar la primera gran fábrica integral de automóviles en Córdoba se hizo realidad en marzo de 1955, el sueño de celebrar sus 70 años de producción ininterrumpida se hizo posible en marzo de 2025. Esto fue gracias al trabajo integrado de un gran grupo de profesionales de diferentes especialidades, liderado por los equipos de Comunicación y Marketing de Renault Argentina.

Fábrica Santa Isabel, de Renault Argentina, es un pilar fundamental en la historia industrial del país. Desde su mencionada inauguración, en el sector sud oeste de la ciudad de Córdoba, ha sido un símbolo de innovación, calidad y compromiso con la producción nacional. Por este motivo, celebrar sus siete décadas de historia no solo representaba un hito significativo para la marca Renault, sino también para sus colaboradores, su cadena de valor, la Red de Concesionarios y la comunidad local en general.

Fábrica Santa Isabel es un sitio industrial que ha sabido adaptarse y evolucionar con el tiempo, manteniendo siempre altos estándares de calidad y eficiencia. A lo largo de este tiempo, se produjeron allí más de 3,5 millones de vehículos, lo que llevó a esta planta a ser un motor económico y social para la región. En este sentido, la Fábrica ha generado miles de empleos directos e indirectos, contribuyendo al desarrollo económico y social de Córdoba y del país.

Como motor del desarrollo económico y social, Fábrica Santa Isabel ha sido foco de grandes inversiones que permitieron poner a la industria argentina de cara al mundo, fomentando el crecimiento conjunto de toda la cadena de valor y el desarrollo de empresas proveedoras y servicios relacionados.

El compromiso de Renault con la comunidad también se refleja en sus múltiples iniciativas de responsabilidad social. La empresa ha apoyado proyectos educativos, culturales y deportivos, promoviendo el desarrollo integral de la sociedad cordobesa. Además, ha implementado programas de capacitación y formación profesional, brindando oportunidades de crecimiento y desarrollo a sus empleados y a la comunidad en general.

Fábrica Santa Isabel, ligada desde sus inicios a Renault, también ha sido un ejemplo de sostenibilidad y cuidado del ambiente. Renault ha adoptado prácticas de producción responsables, minimizando el impacto ambiental y promoviendo la eficiencia energética. Estas acciones no solo benefician a la comunidad local, sino que también contribuyen a la preservación del entorno natural.

Por todo esto, el evento de celebración de los 70 años de Fábrica Santa Isabel era una oportunidad única para destacar el legado de Renault en Argentina y reafirmar su compromiso con la producción local y la industria automotriz nacional. Este aniversario fue la excusa perfecta para celebrar el pasado con la

mirada puesta en el futuro, poniendo en valor los logros alcanzados y destacando los desafíos por venir. Esto último, con foco en las inversiones confirmadas para la fabricación de una nueva camioneta de media tonelada en este legendario sitio industrial. Todo esto permitirá, además, poner en valor un actor fundamental de la industria metalmecánica argentina.

ESTRATEGIA

La organización del 70º aniversario se propuso ser ejemplo de excelencia en su ejecución integral, con una visión 360º en la que cada detalle fuera cuidadosamente planificado para reflejar la importancia de este hito. Desde la elección del lugar y la fecha, pasando por la coordinación de actividades pensadas para diferentes públicos y la difusión masiva en medios de comunicación locales y nacionales, todo fue diseñado para crear una experiencia memorable y significativa tanto para los asistentes como para el público que lo siguió a la distancia.

Preparación del evento:

La preparación del evento comenzó exactamente un año antes, en marzo de 2024. Desde el inicio, se realizaron reuniones internas y focus group en las que participaron colaboradores de diferentes niveles y sectores de la empresa. Estos encuentros fueron fundamentales para compartir visiones y deseos sobre cómo debía ser la celebración. La diversidad de opiniones y perspectivas permitió al equipo de organización diseñar un evento que reflejara la identidad y los valores de Renault Argentina.

Uno de los aspectos más destacados (y deseados) en el marco de dicha celebración fue la necesidad de exhibir todos los vehículos fabricados en Santa Isabel desde el 55' hasta la actualidad. Este fue el punto de partida para definir la locación y punto central de la celebración, en una de las calles principales del predio de la fábrica. Allí se imaginó la puesta en escena con una imponente alfombra roja al estilo de las grandes premiaciones de cine, que exhibiera en una línea de tiempo los 34 modelos aquí producidos. La colaboración con organizaciones de coleccionistas fue esencial para conseguir los mejores exponentes de cada vehículo y asegurar su viaje a Córdoba para la ocasión. Esta exhibición no solo resaltó la historia de la Planta, sino que también permitió a los asistentes apreciar la evolución y el legado de Renault en Argentina con el paso del tiempo.

Definición del evento:

El evento fue diseñado para incluir a una amplia variedad de públicos, y para dar a cada uno de ellos un contenido específico que conversara con sus necesidades durante el desarrollo del mismo. Entre los asistentes se encontraban medios de comunicación, autoridades de gobierno, proveedores, exempleados, invitados especiales, la red de concesionarios, fanáticos de la marca y la totalidad de los colaboradores. Esta diversidad de públicos reflejó la importancia y el impacto de la Fábrica Santa Isabel en diferentes ámbitos a lo largo de las décadas.

Para garantizar la calidad y el éxito del evento, se licitó la contratación de una agencia de producción integral. Esta agencia se encargaría de coordinar todos los aspectos del evento, desde la logística hasta la realización integral, incluyendo el traslado de los vehículos clásicos y el viaje y estadía de más de 250 invitados provenientes de otros destinos, asegurando que cada detalle fuera cuidadosamente planificado y ejecutado. La elección de una agencia especializada permitió a Renault Argentina enfocarse en los contenidos y en la interacción con los diferentes públicos.

Presupuesto y Validación:

La definición del presupuesto necesario fue un paso crucial en la planificación del evento. Se realizó un análisis detallado de los costos asociados a cada componente del evento, desde la exhibición de vehículos hasta la contratación de la agencia de producción. Una vez definido el presupuesto, se procedió a su validación a todos los niveles necesarios dentro de la organización. Esta validación aseguró que los recursos fueran utilizados de manera eficiente y que el evento cumpliera con los estándares de calidad esperados.

Concepto y realidad:

La celebración de los 70 años de Fábrica Santa Isabel fue el resultado de un año de preparación y colaboración. Cada componente del evento fue diseñado para crear una experiencia memorable y significativa para todos los asistentes. La exhibición de vehículos, las presentaciones de líderes de la industria y de la comunidad, y los homenajes a los trabajadores fueron algunos de los momentos destacados del festejo.

La comunicación del evento fue estratégica y efectiva, utilizando una combinación de medios tradicionales y digitales para alcanzar a una audiencia amplia y diversa. Las redes sociales, la prensa escrita, la radio y la televisión jugaron un papel fundamental en la difusión de la importancia de este aniversario y en la invitación a la comunidad a participar en la celebración.

En resumen, la estrategia de preparación y realización del evento de celebración de los 70 años de Fábrica Santa Isabel fue un ejemplo de excelencia en comunicación y organización. La colaboración, la atención al detalle y la inclusión de diversos públicos fueron clave para el éxito de este evento, que no solo celebró un hito histórico, sino que también fortaleció los lazos entre Renault, sus empleados y la comunidad.

EJECUCIÓN

Como ya fue mencionado, la ejecución del plan para la celebración de los 70 años de Fábrica Santa Isabel fue un proceso detallado y cuidadosamente orquestado, que reflejó la importancia de este hito histórico. A continuación, se presenta un resumen de cómo se llevó a cabo esta ejecución.

Branding y Claim:

Para asegurar una identidad visual coherente y atractiva, se diseñó un branding especial para el evento. Este incluyó un logo alusivo a los 70 años, que fue validado a nivel corporativo en Francia para garantizar su correcto uso durante las celebraciones. Además, se definió un claim que acompañara el evento: **"Nuestra historia juntos sigue en marcha"**. Este lema encapsuló el espíritu de continuidad y progreso que caracteriza a Renault Argentina.



Contratación de Expertos y Definición del Evento:

Se contrató a la empresa Venue Brand Experience, especialista en la producción de grandes eventos corporativos y masivos, para asegurar una ejecución impecable. Se definió que el evento se llevaría a cabo durante dos días completos de celebraciones, el miércoles 19 y el jueves 20 de marzo. Esta decisión permitió una planificación detallada y una experiencia enriquecedora para todos los asistentes.

Recorrido Especial y Exhibición de Vehículos:

Uno de los aspectos más destacados del evento fue el recorrido especial diseñado para los invitados. Este camino comenzaba en el renovado ingreso de la fábrica y culminaba al final de la alfombra roja. Durante el trayecto, los invitados podían apreciar una estación de exhibición dedicada a dos grandes hitos de la competición automovilística vinculados a Fábrica Santa Isabel: el mítico Torino de las 84 horas de Nürburgring y la coupé Fuego con la que Juan María Traverso brilló en el de TC2000.

La alfombra roja, en tanto, se convirtió en el centro de las miradas. Fue una exhibición exuberante de 120 metros de longitud, donde se destacaron 34 vehículos fabricados en Santa Isabel. Entre los clásicos exhibidos se encontraban Bergantín, Rambler, Gordini, Torino, R4 y el Papa Móvil utilizado por Juan Pablo II en su visita a Argentina en 1987. Además, se trajo especialmente desde Brasil la maqueta del concept car Niagara, que representa la nueva camioneta que Renault fabricará en Santa Isabel a partir de 2026. De esta forma, se conectó conectando así el pasado, el presente y el futuro de Renault en Argentina, y

vinculando la muestra al claim antes mencionado. Todo en el evento hacía referencia al pasado glorioso y al futuro brillante por venir.

Infraestructura y Espacios de Conferencias:

Se instaló una carpa de más de 600 metros cuadrados, equipada con un espacio de conferencia para 500 personas sentadas y un escenario de 10 metros de frente con una imponente pantalla LED. Este espacio fue diseñado para ofrecer presentaciones, discursos de autoridades, shows y actividades interactivas, proporcionando una experiencia inmersiva y memorable para los asistentes.

Operativo de Prensa:

La estrategia de prensa fue fundamental para la difusión del evento. En la previa del evento, se realizó una transmisión especial del programa "Siempre Juntos" de Cadena 3 desde la Fábrica. Luego, durante la celebración, tuvo lugar y una hora de transmisión por streaming a través de las plataformas digitales de ese medio de comunicación.

Cabe destacar que, también se instaló una tarima elevada para la realización de entrevistas y transmisión en vivo desde el lugar, y se invitó a 65 periodistas de Buenos Aires para cubrir el evento. A ellos se sumaron más de 35 periodistas de medios locales, para alcanzar los más de 100 invitados sólo de medios de comunicación.

Durante la jornada, Se destacaron contenidos en vivo por televisión abierta en Canal 12 y Canal 10 de Córdoba y en medios nacionales como TV Pública, Canal 26, LN+ y TN. Todo lo generado en materia de cobertura periodística produjo un importante, retorno de inversión*. Para lograr estos números sorprendentes, los periodistas contaron con tiempo exclusivo para realizar entrevistas a los principales voceros de la empresa, una conferencia de prensa privada y estaciones de TV para la realización de contenidos on-demand.

Actividades para Invitados y Colaboradores:

Para los invitados, se planificó un show especial dentro de la mencionada carpa con artistas en escena y una proyección de mapping que recorrió los principales hitos más importantes de la historia de la fábrica. Los asistentes también pudieron acceder a una habitación especialmente acondicionada para vivir una experiencia inmersiva en la historia de la fábrica, y enviar, desde allí, postales físicas al destino que eligieran.

Las actividades continuaron el día jueves 20 de marzo, cuando, más de 120 invitados de los concesionarios Renault de todo el país, entre ellos dueños y principales referentes, participaron en el encuentro anual de la Red, que cerró con un almuerzo especial en el quincho del predio industrial.

En tanto, los colaboradores de la empresa también disfrutaron de un momento exclusivo para ellos en esta segunda jornada de celebración. Para facilitar esta instancia, se acordó con la Dirección Industrial que la producción de vehículos se detuviera excepcionalmente por dos horas para que todo el personal pudiera disfrutar en simultáneo de un almuerzo temático en el comedor, recorrer toda la muestra histórica y vivir la experiencia inmersiva en la carpa de exposición.

De esta manera, cada público tuvo contenidos específicos hechos a medida de sus necesidades, asegurando una experiencia enriquecedora y memorable para todos los asistentes y logrando un verdadero impacto 360° en los diferentes stakeholders objetivos.

EVALUACIÓN

El evento de celebración de los 70 años de Fábrica Santa Isabel de Renault Argentina fue un éxito rotundo, superando ampliamente las expectativas previstas. A continuación, se presentan las principales conclusiones generales del evento, destacando los logros en logística, impacto interno y difusión en medios.

Logística de Hospitalidad:

La logística de hospitalidad fue un componente clave para el éxito del evento. Se logró coordinar el **traslado de más de 210 invitados especiales en avión** desde diferentes puntos de Argentina y Brasil hacia Córdoba. Además, se reservaron **tres hoteles completos por dos noches** para alojar a los invitados y se dispusieron **cinco buses para la logística de traslados internos**. En total, más de 500 invitados asistieron al evento, incluyendo autoridades de gobierno provincial y municipal, así como el Embajador de Francia, Romain Nadal. Esta organización meticulosa garantizó una experiencia cómoda y agradable para todos los asistentes.

Impacto en el público interno:

A nivel interno, el evento tuvo **un impacto significativo en el espíritu de equipo y el sentido de pertenencia de los colaboradores**. La participación activa de los empleados en un evento de tal relevancia **elevó su moral y reforzó su compromiso con la empresa**. La detención de la producción por dos horas para que todo el personal pudiera disfrutar de un almuerzo temático, recorrer la muestra histórica y vivir una experiencia inmersiva en la carpa, fue un gesto que destacó la importancia de cada colaborador en la historia de Renault Argentina y permitió hacerlos parte.

Prensa y Difusión:

Los resultados en términos de prensa y difusión fueron extraordinarios. **Se publicaron más de 240 notas** periodísticas en medios nacionales y locales, con un **99% de tonalidad positiva** y un **retorno de inversión estimado en más de 1,3 millones de euros**. Además, se realizaron **siete transmisiones en vivo desde el evento** con móviles de TV y radio, y estuvieron presentes los principales medios Tier 1 de Argentina, como Clarín, Infobae, La Nación, TN, La Voz del Interior, Ámbito, El Cronista, Telefe, El Trece, Canal 9, A24, TV Pública, Cadena 3, Fox Sports y TyC Sports.

En redes sociales, se generaron **más de 110 posteos orgánicos**, alcanzando más de **975.000 impresiones** y un **retorno estimado en 59 millones de pesos**. Esta amplia difusión contribuyó a fortalecer la importancia del evento y la imagen de Renault Argentina.

Conclusión Final:

En resumen, la celebración de los 70 años de Fábrica Santa Isabel fue un evento extraordinario que no solo conmemoró un hito histórico, sino que también fortaleció los lazos entre Renault, sus empleados y la comunidad. La logística impecable, el impacto positivo en el equipo interno y la amplia difusión en medios y redes sociales fueron factores clave para el éxito del evento. Este caso de excelencia en comunicación y organización destaca el compromiso de Renault Argentina con la calidad, la innovación y el desarrollo social, reafirmando su liderazgo en la industria automotriz y su contribución al progreso del país.

ANEXOS

Video resumen evento: [Reviví el 70º aniversario de Fábrica Santa Isabel](#)

Anexo 1: PDF métricas de resultado

Anexo 2: PDF fotografías generales del evento