

# CAMPAÑA NOT CO RONDA C



Presentación Premios Eikon 2021  
Dos Alas Comms  
Categoría 10.



# 1. INTRODUCCIÓN: ABOUT NOT CO

NotCo® es una foodtech de origen chileno que hoy se posiciona como la compañía líder, a nivel regional, en la utilización de inteligencia artificial en la industria alimentaria. Gracias a su tecnología única la compañía logra analizar estructuralmente los alimentos de origen animal y replicarlos en base a ingredientes vegetales



# **NUESTRO MENSAJE**

**NotCo se convierte en la  
startup chilena con mayor  
inversión extranjera**

# CONFIRMAR QUE NOTCO ES MUCHO MÁS QUE UNA STARTUP

1.- Se trata de una compañía internacional que va rumbo a transformarse en el primer unicornio chileno, con aportes financieros de importantes fondos de riesgos entre los que destacan Future Positive, de Fred Blackford y Biz Stone's, cofundador de Twitter, sumándose a Bezos Expedition (de Jeff Bezos), que financió a la compañía en la Ronda B.



# APROVECHAR LA EVOLUCIÓN DE LA STARTUP PARA LLEVARLA AL SIGUIENTE NIVEL.

2.- Tomamos la oportunidad de convertirnos en la startup chilena de tecnología con mayor inversión extranjera, sumando un total de US\$118 millones en capital recaudado, según CB Insights. La compañía cuenta con operaciones y presencia en Chile, Argentina, Brasil y Estados Unidos, además de presencia en México, Colombia, Perú y Uruguay. Esto nos permitió llevar la compañía a un siguiente nivel de awareness a nivel regional.



## **2. NUESTRO ENUNCIADO**

**NotCo se perfila como el futuro unicornio chileno.**

## 2. PROPUESTA Y ENUNCIADO DE CAMPAÑA.

La campaña estuvo dividida en dos fases con dos grandes objetivos:

Por un lado nos enfocamos en comunicar la etapa de negociación y por el otro queríamos dar a conocer las alianzas que estaba haciendo NotCo con importantes compañías norteamericanas.



# NOS MANTUVIMOS EN LA PRENSA ANTES DE NUESTRO GRAN ANUNCIO

Teníamos que demostrar que NotCo estaba a punto de dar un paso gigante como compañía. Para ello, decidimos comunicar los lanzamientos de productos y elementos de marketing exclusivos, justo antes de la ronda C. Dentro de esta estrategia hicimos coincidir el lanzamiento del nuevo producto 'NotBurger' junto a la alianza con Burger King y Papa John 's. El objetivo general de la campaña fue comunicar, de forma inmediata y en coordinación con el equipo de comunicaciones de Estados Unidos, que NotCo lograba cerrar una nueva ronda de inversión consiguiendo recaudar un total US \$85 millones -US \$118 millones en total en sus tres rondas-, consagrándose como la startup chilena con mayor inversión extranjera y en vías a convertirse en el primer unicornio chileno.

# LA CAMPAÑA TENÍA COMO FINALIDAD PERSUADIR A LOS SIGUIENTES PÚBLICOS OBJETIVOS:

Se propuso una estrategia comunicacional que informara a la opinión pública acerca de este hito, a través de diversas publicaciones en medios de cobertura nacional y multiplataformas.

- Stakeholders del mundo financiero y del emprendimiento.
- Clientes B2B.
- Consumidor final.
- Público general.
- Team NotCo

## **DESARROLLO DE LA CAMPAÑA:**

Considerando que NotCo siempre ha construido una vocería activa, cercana y oportuna con todos los medios y periodistas, el camino estaba pavimentado para lograr nuestro objetivo... ¡y así fue!

# ¿CÓMO CAPTAMOS LA ATENCIÓN DE LOS MEDIOS?

- Fue imperativo lograr la publicación de esta noticia en medios de alcance masivo, como los principales medios económicos, prensa, noticiarios de TV, portales de noticias, radios, así como también las redes sociales de estos mismos.
- Para la plana senior, se realizó un meet donde los founders de la compañía, en voz propia, dieron a conocer la noticia. A su vez, para todos los integrantes del Squad NotCo, tanto de Chile como de Brasil y Argentina, se les envió un correo al mismo tiempo que comenzó la comunicación externa.
- De cara a la prensa, el día anterior se contactó a los editores de los principales medios de comunicación de cobertura nacional, advirtiéndoles que al día siguiente, a las 8:00 de la mañana hora local, algo muy potente iba a comunicar la compañía.

# TÁCTICAS:

El mismo día que la noticia sería comunicada en Estados Unidos, se haría lo propio en Chile, lo que permitiría que ningún medio se adelantara a publicar la noticia, tomándola de alguna agencia informativa extranjera, dando con ello igualdad de condiciones.

Sabiendo que la noticia era tan potente y relevante, se decidió entregar la información a todos los medios, descartando la posibilidad de negociar una entrevista 'exclusiva' a un medio en particular de forma anticipada. El objetivo de esta táctica fue lograr una amplia difusión del hito, lo que se confirma en el punto cuatro, donde se exponen los resultados.

Previamente al 'Día D', se trabajó un media training con los voceros definidos para esta comunicación: Matías Muchnick, CEO y Co Founder de NotCo, y Max Silva, Country Manager de NotCo Chile, definiendo una ronda de medios y entrevistas, tanto nacionales como para medios extranjeros.

# LE DIMOS VISIBILIDAD A NUESTROS VOCEROS



Matías Muchnik



Max Silva

**La compañía de alimentos,** que cuenta con el financiamiento del fundador y CEO de Amazon, entra al mercado de las carnes vegetales a través de hamburguesas para Burger King y pizzas de Papa John's.

FELIPE RAMOS HAJNA

**N**otCo anda a paso firme creando productos para sustituir el consumo de animales. Así como comenzaron con la NotMayo y luego siguieron con una leche y un helado, hoy lanzan junto a Burger King la Rebel Whooper, una hamburguesa hecha a base de plantas, la que se suma a la pizza de carne que sacaron hace pocos días con Papa John's. De esta forma, la firma que hace un año llamó la atención del fundador y CEO de Amazon, Jeff Bezos, al inyectarle capital, amplía su presencia al apostar por el negocio de la comida rápida, en alianza con dos cadenas de origen estadounidense. En las oficinas de la compañía, ubicadas en plena comuna de Macul, cerca de 200 científicos, programadores y chefs trabajan en un espacio que pareciera sacado de Silicon Valley, en donde el español se mezcla con el inglés y personas con capas blancas deambulan con bandejas de nuevas creaciones alimenticias. Es ahí donde se puede encontrar a Karim Pichara, uno de los tres fundadores de la empresa y quien se desempeña como su CTO, o director de Tecnología, y está a cargo de Giuseppe, el algoritmo de inteligencia artificial que es capaz de crear estos productos que saben y se comportan igual que los de origen animal, pero que están basados en plantas.

Pichara cuenta que todo proceso de creación parte con un *backline* de desarrollo, en el que el proceso parte por Giuseppe, que genera las fórmulas iniciales de los productos. Luego los chefs del equipo de inteligencia artificial cocinan las recetas que sugiere Giuseppe, entregando soluciones que las mejoran. "Después, estas pasan al equipo de desarrollo, que se preocupa de asegurar la escalabilidad del producto y después de eso está listo para ser producido".

Tras crear una mayonesa, una leche y un helado hechos a partir de vegetales, ahora se lanzan con la Rebel Whooper, la que solo costará \$250 más que la versión tradicional de la hamburguesa. "Lo más importante en este caso es que hicimos una Whooper y no una hamburguesa que replica la carne de manera genérica. Al probarla van a ver que es un Whooper de Burger King, en donde no hay ninguna diferencia con la original. Con la tecnología de NotCo pudimos replicarla de igual a igual, encontrando los elementos que hacen que el sabor, la textura y la manera de cocinarla sea idéntica que un Whooper hecho de carne", afirma al teléfono desde Brasil, Flavia Buchmann, Chief Marketing Officer de NotCo.

—¿Qué tan complejo fue desarrollar una carne vegetal respecto de lo que venían haciendo con los lácteos?

**Karim Pichara:** "Todos los productos tienen su complejidad específica y distinta. Por ejemplo, en el caso de la leche, como es un producto tan usado para tantas cosas, tenemos que desarrollar una leche que también sirva para todas esas cosas, por lo que hay un desafío fun-



La Rebel Whooper está hecha con carne vegetal.

EN ALIANZA CON DOS CADENAS ESTADOUNIDENSES:

## A un año del ingreso de Bezos, NotCo intenta conquistar el mercado de la comida rápida



Karim Pichara es fundador y director de tecnología de NotCo.



Flavia Buchmann, Chief Marketing Officer de la firma.

cional enorme en ese producto. En el caso de la hamburguesa, el desafío va por generar una textura que se comporte en la parrilla de la misma forma y que genere la misma sensación a la mordida".

—También sacaron una pizza con Papa John's, ¿qué tan distinto es ese producto al que están haciendo con Burger King?

**Karim Pichara:** "Es bastante similar el desarrollo, porque ambas son carnes, pero hay diferencias de presentación, porque una es una hamburguesa que tiene que comportarse de la

misma forma que la hamburguesa de Burger King, algo que no está en la pizza. En Papa John's tenemos que generar una carne que se comporte bien en el horno. Desde ese punto de vista, son productos distintos".

—¿Qué tan importante ha sido haber logrado crear una carne vegetal luego de su experiencia con los lácteos, sobre todo pensando en la disminución del consumo de animales?

**Flavia Buchmann:** "Por eso mismo es que queremos apuntar a la carne y a otras cate-

gorías más. Como compañía, nuestra misión es sacar al animal de la ecuación de cómo producimos comida, por el impacto que tiene en el medio ambiente. Estar en la mayonesa, helado o leche no lo cumple, por eso queremos estar en cada vez más categorías, para que los consumidores tengan la posibilidad de reemplazo de la proteína animal idealmente en todo lo que existe".

—¿Cómo concilian esa misión al trabajar con una compañía como Burger King, que ha basado su comida en la carne?

**Flavia Buchmann:** "La verdad es que hay diversos puntos de vista de cómo llegar al resultado. Nosotros creemos que el cambio hay que hacerlo desde adentro. Cada vez que una alianza como esta se da, el reemplazo que hacemos genera más oportunidades de cambiar un consumo que iba a ser de carne por un consumo vegetal, y así se hace el impacto. Estamos abiertos a quien quiera empezar este cambio. Si solo estamos con las marcas que ya no trabajan con carne, no estamos logrando un cambio. Lo que queremos es que más gente se sume a esta revolución y más compañías como Burger King quieran tener entre sus opciones una que sea mucho mejor para el medio ambiente".

Aún no planean que la venta a cadenas de comida rápida o restaurantes sea la parte más importante del negocio, pues su foco es el *retail*. "Pero sí es muy importante que sigamos agregando otras cadenas, no solo de hamburguesas. Queremos llamar a otras empresas para que hagamos alianzas, y ya estamos en eso", dice Flavia Buchmann.

# EL MERCURIO SABADO

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE

## Matías Muchnick

En plena pandemia, NotCo —la compañía que fundó para producir alimentos en base a plantas y vegetales— se convirtió en la startup chilena con mayor inversión extranjera. Desde esa posición, este ingeniero de 32 años dice que los empresarios locales tienen una manera de pensar obsoleta, adelanta sus planes de irse a Estados Unidos y cuenta su historia de fracaso y éxito que hoy lo tiene, junto a Carnerhop, en el Olimpo del emprendimiento.



# RESULTADOS Y EVALUACIÓN

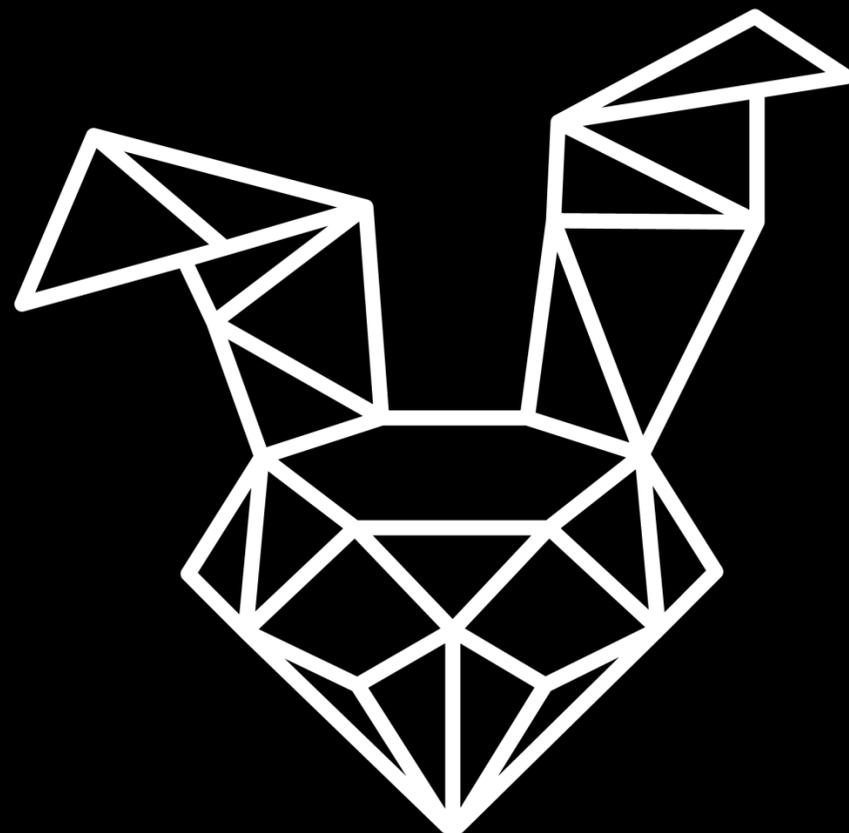
La estrategia comunicacional implementada tuvo un importante impacto y alcance a nivel mediático y de posicionamiento en la opinión pública, lo que se traduce en una gran cantidad de publicaciones del comunicado de prensa y sin lugar a dudas, los resultados hablan por sí solos.

**Si en un mes normal conseguíamos 10 publicaciones con una valorización de \$27.354.910.**

**Gracias a esta campaña logramos 89 publicaciones con una valorización de \$284.120.351**

# LOGRAMOS COMUNICAR LO SIGUIENTE:

- 1.-Estamos trabajando para dejar una huella, que nos podamos consolidar como una marca reconocida por las nuevas generaciones.
- 2.- Buscamos que la comida sea saludable, pero sin dejar de lado lo sabrosa. Hoy no estamos haciendo una revolución, sino que una revelación.
- 3.-Queremos que el común denominador de las comidas a futuro sea una conjugación de lo Plant-Based con un sabor sin igual.
- 4.- Con esta ronda de inversión, NotCo se convierte en la StarUp con mayor inversión en Chile, según CB Insights.
- 5.- El talento latinoamericano en marketing, finanzas y tecnología está a la altura de los mejores a nivel mundial. Esto se demuestra con el apoyo de los inversionistas



# Dos Alas

HUB DE COMUNICACIÓN