

DOSALAS

- **Número y nombre de la categoría a inscribirse:** 4 “Relaciones con la prensa”.
- **Capítulo:** General.
- **Título del caso:** Matías Muchnick y Dos Alas: de empresario a vocero.
- **Nombre de la empresa o institución:** NotCo.
- **Departamento que desarrolló el plan:** Dos Alas Comms.
- **Persona/s responsable/s:** Fabio Figueiredo, Francisca Oliva, Cristóbal Dumay, Diego George-Nascimento y Belén Peña.

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Sobre Matías Muchnick

Matias Muchnick es CEO y co-fundador de NotCo, la foodtech de más rápido crecimiento y de las más avanzadas de la industria alimentaria gracias a su Inteligencia Artificial patentada, Giuseppe. De formación Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile, Muchnick posee una especialización en finanzas y consolidó parte de su formación empresarial trabajando en JP Morgan en Hong Kong.

La IA de The NotCompany, Giuseppe, les permite generar recetas y escalar deliciosos alimentos a base de plantas de la forma más rápida y precisa, sacando por completo la proteína animal de la ecuación.

El 26 de julio de 2021 y tras una exitosa ronda de financiamiento que incluyó a estrellas del deporte como Roger Federer y Lewis Hamilton, NotCo se transformó en “unicornio”. Este nuevo hito que sumó esta empresa chilena, al alcanzar la categoría de “unicornio”, se produce cuando las Startups superan una valorización de 1.000 millones de dólares (más otros requisitos). En este caso y luego de cinco años, la valorización de NotCo alcanzó los USD\$1.500 millones. Así, NotCo se transforma en la marca de alimentos de origen vegetal que superó el valor, por ejemplo, de Entel (1.430 millones de dólares).

Con más de ocho años en el mercado, NotCo sigue en proceso de expansión. En 2022, la compañía extendió su Ronda D de inversión, y de la mano de Princeville Capital recaudó más de US\$70 millones para desarrollar su incipiente Unidad B2B, donde pondrá su tecnología a disposición de otros fabricantes de alimentos y bebidas que buscan crear productos en base a plantas. Un ejemplo de esta nueva plataforma es la alianza entre NotCo y The Kraft Heinz Company, en la que crearon una empresa conjunta (The Kraft Heinz NotCo) para utilizar la IA de la startup, y así desarrollar en conjunto nuevos productos plant based de marca compartida.

La innovadora forma de NotCo para crear alianzas únicas, le ha abierto las puertas a ser un ingrediente esencial en multinacionales como Starbucks, Burger King, Papa John's, Chili's y Dunkin'.

NotCo cuenta con operaciones y presencia en Chile, Argentina, Brasil, Estados Unidos, Canadá y México, y además de presencia en Colombia, Perú, Uruguay, Ecuador, Paraguay, entre otros mercados. Posee un portafolio de productos como NotMilk, NotBurger, NotIceCream, NotMayo, NotMeat Molida, NotChicken, NotMayo, NotCheese, NotCream y NotMila.

Su compromiso de reinventar la producción mundial de alimentos, llevó a la compañía a obtener la certificación B Corporation, pasando a ser parte de este movimiento global de empresas que buscan cumplir altos estándares de desempeño social y ambiental, además de transparencia y responsabilidad.

Contexto y objetivo comunicacional

En el contexto actual, donde la industria alimentaria enfrenta desafíos significativos relacionados con la sostenibilidad, la salud y la innovación, resulta imprescindible reconocer a Matías Muchnick, socio fundador de NotCo, no solo como un emprendedor exitoso, sino como un importante empresario cuya voz es clave para la reinvención de esta industria.

Matías ha demostrado su visión y liderazgo al fundar NotCo, una empresa pionera en el uso de inteligencia artificial para desarrollar alimentos veganos. Su enfoque innovador ha desafiado los paradigmas tradicionales y ha demostrado que es posible ofrecer alternativas alimentarias saludables y sostenibles sin comprometer el sabor o la textura.

La trayectoria de Muchnick como emprendedor ha llevado a NotCo a alcanzar un éxito notable, tanto en términos de crecimiento empresarial como de impacto social. Su capacidad para atraer inversiones y expandir la presencia de la empresa a nivel global es un claro indicativo de su habilidad para influir en la industria alimentaria.

Sin embargo, más allá de su rol como emprendedor, es importante destacar a Matías Muchnick como un empresario con una voz clave para la reinvención de la industria alimentaria en su conjunto. Su experiencia y conocimientos en el campo de la tecnología y la innovación le permiten identificar oportunidades y desafíos que pueden impulsar cambios significativos en la forma en que producimos, distribuimos y consumimos alimentos.

En un momento en el que la sostenibilidad y la salud son prioridades globales, la voz de Matías Muchnick como empresario se vuelve aún más relevante. Sus conocimientos y experiencia pueden contribuir a acelerar la adopción de prácticas más sostenibles, fomentar la innovación en el desarrollo de alimentos saludables y crear conciencia sobre la importancia de una alimentación responsable.

En conclusión, plantear a Matías Muchnick, socio fundador de NotCo, no solo como un emprendedor exitoso, sino como un importante empresario cuya voz es clave para la reinvención de la industria alimentaria y el ecosistema, es fundamental para aprovechar su experiencia, conocimientos y capacidad de influencia en beneficio de un futuro más sostenible y saludable para todos.

El objetivo comunicacional de la estrategia propuesta es posicionar y relacionar a Matías Muchnick, socio fundador de NotCo, como un destacado empresario en Chile y líder de opinión en la reinención de la industria alimentaria. El objetivo principal es generar visibilidad y reconocimiento tanto en medios de comunicación como en el público en general, destacando su visión innovadora, su papel como agente de cambio y su compromiso con la sostenibilidad.

2) Propuesta / enunciado de campaña (estrategia)

La estrategia propuesta buscó crear una campaña de comunicación enfocada en posicionar y relacionar a Matías Muchnick con los medios, destacando su rol como socio fundador de NotCo, como un importante empresario en Chile y líder de opinión en la reinención de la industria alimentaria. Existen varias razones por las cuales esta estrategia es relevante y beneficiosa:

1.- Reconocimiento de la labor de Matías Muchnick: Matías es un emprendedor destacado y visionario que ha demostrado liderazgo y habilidades empresariales en la transformación de la industria alimentaria. Esta estrategia busca reconocer y destacar su trayectoria, logros y contribuciones a través de una campaña de comunicación que amplifique su voz y visión.

2.- Permite potenciar el impacto de NotCo: NotCo es una empresa innovadora que utiliza inteligencia artificial para desarrollar alimentos plant based. Destacar el papel de Matías Muchnick en esta empresa no solo refuerza su imagen como empresario exitoso, sino que también promueve los valores de sostenibilidad y salud que NotCo defiende. La estrategia busca resaltar los logros de NotCo y su impacto positivo en la industria alimentaria.

3.- Influencia en la reinención de la industria alimentaria: Al generar visibilidad en los medios y relacionarlo con temas de actualidad, se busca que Matías y sus ideas tengan un impacto significativo en el debate y las acciones relacionadas con la alimentación sostenible.

4.- Generación de confianza y credibilidad: Al establecer relaciones con periodistas y medios relevantes, se busca generar confianza y credibilidad en la figura de Matías. Al brindar acceso a información actualizada y relevante, así como a oportunidades de entrevistas y reuniones, se fortalece la imagen de Matías como una autoridad en su campo y como una fuente confiable de conocimientos. Este campo de adhesión nos parece sumamente relevante a la hora de administrar la relación con los medios.

En resumen, al desarrollar una estrategia de comunicaciones para posicionar y relacionar a Matías Muchnick con los medios, era por cierto fundamental destacar sus logros y visión, pero por sobre todo establecer relaciones con periodistas, crear contenido de calidad, participar en eventos relevantes para instalar al portavoz de la foodtech nacional en la mesa de las cabezas relevantes no solo del ecosistema emprendedor del país, sino que también a nivel de grandes empresarios del país.

Así, no solo buscaríamos que fuera el vocero de los principales anuncios de la compañía, sino que también una voz importante para analizar el momento del emprendimiento en Chile, de la evolución de la industria de los alimentos y del crecimiento exponencial de NotCo como modelo de ejemplo de la creación tecnológica de los emprendedores chilenos. Posicionándolo, fundamentalmente, como un líder inspirador.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

Definimos una serie de acciones en los últimos dos años para potenciar la relación de Matías Muchnick con los medios de comunicación, siempre manteniendo el foco de conservar sus rasgos característicos que lo convierten en un personaje diferente a lo habitualmente conocido en el rubro empresarial. Hablamos de un tipo joven, con una forma de expresarse propia de su edad, pero sin perder de vista todo lo que ha generado liderando una de las empresas más disruptivas de los últimos años, como tampoco su esencia, naturalidad y espontaneidad que lo diferencian de empresarios de generaciones mayores.

Tácticas/Acciones

1.- Kit de prensa completo: En cada kit de prensa, generamos contenido detallado y actualizado que incluya información clave sobre Matías Muchnick, su trayectoria empresarial, logros destacados, así como datos relevantes sobre NotCo y sus innovaciones en la industria alimentaria.

2.- Establecer relaciones con periodistas: Identificar y establecer relaciones sólidas con periodistas y medios especializados en temas de alimentación, tecnología y sostenibilidad. Mantener una comunicación activa con ellos, proporcionarles información actualizada y relevante sobre Matías Muchnick y NotCo, y ofrecerse como fuente de expertise para comentarios, entrevistas y reportajes. Matías, que actualmente vive en Nueva York, a cada visita a Chile disponibiliza segmentos de su agenda (coordinados por Dos Alas) para reuniones de relacionamiento con medios.

3.- Entrevistas y artículos de opinión: Permanente coordinación de entrevistas con Matías Muchnick en medios impresos, digitales, radio y televisión. Además, buscar oportunidades para que Matías contribuya con artículos de opinión en publicaciones relevantes, donde pueda compartir su visión sobre la reinención de la industria alimentaria y la importancia de la sostenibilidad, además de explorar su perfil en LinkedIn (previa curación de contenidos) como principal canal de sus expresiones personales.

4.- Eventos, seminarios y charlas: Fomentamos la participación de Muchnick en conferencias de prensa temáticas donde Matías Muchnick pueda presentar avances, investigaciones y proyectos innovadores relacionados con NotCo y la industria alimentaria e, incluso, experiencias personales bajo su sello distintivo. Estos eventos brindaron la oportunidad de establecer contacto directo con periodistas, responder preguntas aleatorias y generar coberturas mediáticas más allá de la contingencia.

5.- Monitoreo y Media Training: Desarrollamos un modelo de trabajo de permanente monitoreo de las noticias y tendencias relacionadas con la industria alimentaria, la tecnología, la sostenibilidad y contingencia. Estos insumos permiten estar preparados para responder a consultas de los medios y proporcionar declaraciones o comentarios de Matías Muchnick en relación a noticias relevantes o acontecimientos de interés público. Los tópicos de conversación de Muchnick son constantemente actualizados para alinear mensajes claves y objetivos de cada intervención.

6.- Generación de contenido especializado: Durante el segundo semestre de 2022, a través del área de Content de Dos Alas, iniciamos la producción de contenido especializado y de calidad para los medios de comunicación de las participaciones de Muchnick en podcasts, entrevistas y otras plataformas. Este contenido audiovisual ha sido utilizado para nutrir los canales propios de NotCo.

4) Resultados y evaluación

Esta estrategia de relacionamiento con los medios de comunicación de Muchnick trajo consigo réditos importantísimos en materia de cobertura, logrando altos índices de participación en medios.

Publicaciones con vocerías:

379

Participación en eventos:

35 eventos en Chile y el extranjero

Reuniones con periodistas (Chile)

25

Retorno de prensa

\$663.290.132

x1000% sobre la inversión

Al mismo tiempo, existe además otro indicador que reafirma una mejora en el posicionamiento de Muchnick. En el último Ranking Merco, publicado el 5 de enero de 2023, el co-fundador de NotCo obtuvo una mejora sustancial en la clasificación de "Líderes", pasando del noveno (2021) al cuarto puesto de la lista, siendo superado solo por Andrónico Luksic (Quiñenco, entre otras), Alan Meyer (Mercado Libre) y Luis Enrique Yarur (BCI).

El propio estudio considera, en el comité evaluador, una diversa gama de especialistas entre los que destacan analistas financieros, representantes de ONG's, DIRCOM y líderes de opinión, profesionales de redes sociales, además de 55 periodistas de medios vinculados al mundo financiero y empresarial, entre otros.