



CAMPAÑA: PROGRAMA MENÚ BRAILLE

NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍAS A INSCRIBIRSE

Categoría 2.2: Campaña de Sustentabilidad Social

TÍTULO DEL PROGRAMA

Programa Menú Braille

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN

Arcos Dorados Chile / McDonald's.

DEPARTAMENTO/ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN

Comunicaciones Corporativas Arcos Dorados Chile.

PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Lorena Talma, gerente de Comunicaciones Arcos Dorados Chile

DEFINICIÓN DEL PROGRAMA

Arcos Dorados - McDonald's Chile - continúa robusteciendo su compromiso con la inclusión. La franquicia, durante 2023, presentó una nueva e innovadora iniciativa que ya llegó a todos sus restaurantes del país.

Se trata de un menú Braille, que busca facilitar el proceso de compra de personas en situación de discapacidad visual y baja visión, permitiéndoles acceder a la oferta de productos McDonald's con mayor independencia, como cualquier consumidor.

Esto convierte a la cadena en la primera en su rubro en ofrecer, en Chile, un menú en este lenguaje.

PERFIL DE LA COMPAÑÍA

Arcos Dorados es el mayor franquiciado independiente de McDonald's del mundo y la cadena de restaurantes de servicio rápido más grande en América Latina y el Caribe. La compañía tiene el derecho exclusivo a poseer, operar y otorgar franquicias de locales McDonald's en 20 países y territorios de esas regiones y contabiliza más de 2.250 restaurantes, empleando a más de 90 mil personas (datos de 31/03/2022). La empresa también mantiene un sólido compromiso con el desarrollo de las comunidades en las que está presente y con la generación de primer empleo formal a los jóvenes, además de



utilizar su escala para lograr un impacto positivo en el medio ambiente. A su vez, cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE: ARCO). Para más información sobre la Compañía, por favor visite nuestro sitio web: www.arcosdorados.com

1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA (PLANTEO/ DIAGNÓSTICO)

Las distintas áreas de Arcos Dorados han coordinado sus esfuerzos para expandir y crear iniciativas ESG dentro del marco de la guía socioambiental Receta del Futuro. En esta materia, la inclusión es uno de los valores prioritarios para la compañía.

Según datos de la Encuesta de Discapacidad y Dependencia 2022 (ENDIDE), en Chile existen aprox. 153.560 personas adultas ciegas (1% de la población) y 4.683.567 personas con pérdida de visión no solucionable por los medios habituales, como, o anteojos” (30,5% de la población adulta.)

Según ejecutivos de la Biblioteca Central para Ciegos de Chile, acciones como normalizar un menú braille en lugares de alta visibilidad como McDonald's, permiten que las personas con visión conozcan las herramientas de las personas ciegas.

De esta forma, pueden empatizar y generar un punto de encuentro con ellos para, en conjunto, construir espacios de acceso universal.

Desde Fundación Luz, experta en esta temática destacaron que Arcos Dorados fue la empresa pionera, en Chile, en derribar esta barrera, aportando a que todas las personas ciegas tengan mayor independencia y logren tomar sus propias decisiones en servicios de alimentación.





2. PROPUESTA/ ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

Siguiendo el pilar de Diversidad e Inclusión de la guía socio-ambiental Receta del Futuro, Arcos Dorados formó alianzas con Fundación Luz y la Biblioteca Central para Ciegos para lanzar su Menú Braille.

La Fundación Luz, es una institución con cerca de 100 años de funcionamiento, que aportó con su vasta experiencia en materia de inclusión visual. Todo con miras a concretar la iniciativa, y desarrollar también un proceso de capacitación técnica para los empleados que se desempeñan en los locales de Arica a Puerto Montt.

Los esfuerzos de Arcos Dorados en esta materia han sido exitosos; y la compañía hoy tiene una Receta del Futuro que crece.

2.1 OBJETIVOS

- Visibilizar el lanzamiento del Menú Braille como una nueva medida de inclusión ideada por Arcos Dorados en el marco de su Receta del Futuro.
- Posicionar a McDonald' como la primera cadena de comida rápida en implementar un menú Braille dirigido a personas ciegas y con baja visión.
- Informar a través de acciones de comunicación interna la puesta en marcha de esta iniciativa a los empleados de Arcos Dorados para generar orgullo.
- Capacitar a los empleados para la recepción de personas ciegas en los 91 restaurantes del país, en alianza con una ONG experta en la materia: Fundación Luz.

2.2 PÚBLICOS OBJETIVOS

- Consumidores
- Periodistas
- Autoridades de Gobierno
- Gremio de alimentación
- Gremio de comida rápida en Chile
- ONG's

2.3 CANALES DE COMUNICACIÓN

Canales externos:



1. Desarrollaremos un comunicado de prensa que llegó a ser publicado en los principales medios de comunicación del país.
2. Generación de contenido para los sitios y RRSS oficiales de la compañía en Chile. También para el sitio web www.recetadelfuturo.com que compila las iniciativas sustentables de Arcos Dorados en 20 países de Latinoamérica.
3. Publicación de anuncio en el LinkedIn del director general de McDonald's, Sr. Carlos González, para llevar la iniciativa a otras primeras líneas de contacto.
 - Generación de contenido para las redes sociales de McDonald's en Chile, desarrollando un relato de sustentabilidad que se inserta a la propuesta de contenidos comerciales de la cadena.
 - Generación de contenido en sitios y redes sociales de las ONG asociadas para cada iniciativa, entre ellas Fundación Luz y La Biblioteca Central para Ciegos.

Canales internos:

- Generación de contenido mensual para la red social de empleados Somos Cooltura, dando a conocer las iniciativas desarrolladas. También se generan E-Letters, carteleras para restaurantes y oficinas, y lanzamientos internos.
- Se comunicó la iniciativa a través de un programa de capacitación para los empleados con el rol de "Líder de Experiencia" y "Gerente de restaurant", cuyo foco es dar la correcta bienvenida e información a los clientes ciegos que ingresan a los 91 restaurantes McDonald's de Chile.

3. EJECUCIÓN DEL PLAN/ PROGRAMA

En el marco de la estrategia de ESG, durante el último año, se han desarrollado una decena de iniciativas internas y externas que buscan posicionar a Arcos Dorados como una empresa líder en la industria de comida rápida.

En materia de accesibilidad e inclusión, una de las grandes iniciativas anuales fue desarrollada por el área de Comunicaciones Corporativas. Se trata del programa Menú Braille.



El nuevo formato de menú fue diseñado específicamente para la compañía, con miras a que las personas con baja visión o ciegas puedan revisar - como cualquier cliente - la oferta de diferentes productos de McDonald's Chile.

El lanzamiento del menú estuvo marcado por el apoyo mutuo con los stakeholders más importantes del área: La Biblioteca Central para Ciegos y la Luz, quienes participaron con recomendaciones activas para mejorar el producto durante el proceso, maximizando así su impacto en la comunidad.

El programa tuvo visibilidad en los medios más importantes del país y también en todas las RRSS de las ONG's asociadas. El foco estuvo centrado en presentar a Arcos Dorados, y McDonald's, como la primera cadena de comida rápida en sumar un menú Braille a su operación en el marco de su estrategia socioambiental Receta del Futuro.

Finalmente, a inicios de 2023, el director general de Arcos Dorados se sumó a la Alianza CEO por la Inclusión, iniciativa que tiene como propósito potenciar la participación laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de empresas inclusivas a través del compromiso de sus primeras líneas.

4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

4.1 EVALUACIÓN CUANTITATIVA

Resultados en prensa

Más de 10 notas de prensa gestionadas en el periodo:

- Más de 10 notas de prensa abordando el lanzamiento de Menú Braille en los restaurantes McDonald's de Chile
- USD \$65.359 de PR Value en cobertura de prensa durante el periodo de ejecución del lanzamiento del programa.
- Llegamos a diversos medios de alcance nacional y regional como La Tercera, Emol, Radio Agricultura, entre otros.
- Se desarrollaron 02 avisos en medios masivos para visibilizar la iniciativa: LUN y Publimetro



Resultados en RRSS

Más de 50 mil usuarios de Instagram fueron alcanzados con los contenidos desarrollados en el lanzamiento del Menú Braille McDonal's. Entre ellos, se generaron cerca de mil interacciones.

4.2 BENEFICIOS GENERADOS

- Se han desarrollado puntos de contacto con dos ONG's expertas en inclusión, para mostrar los avances de la compañía en esta materia y generar conversaciones productivas que ayuden a robustecer los procedimientos de Arcos Dorados.
- Se ha relevado que Arcos Dorados y su marca McDonald's son actores que proactivamente han venido desarrollando proyectos de impacto positivo en materia social, traccionando a otros actores de la industria de comida rápida a sumarse a los cambios.
- Gracias al vínculo con las ONG's, durante 2022, Arcos Dorados desarrolló un Diagnóstico de Accesibilidad Digital cuyo objetivo fue evaluar la accesibilidad de los portales y aplicaciones de Arcos Dorados, de acuerdo con el estándar internacional *Web Content Accessibility Guidelines 2.1* (WCAG 2.1).
- Con esto buscará optimizar sus portales para permitir el acceso a usuarios con diferentes tipos de discapacidad: visual, motriz, auditiva y cognitiva. Todo a través de diversas acciones que se comenzarán a desarrollar en 2023.
- Arcos Dorados se sumó a la Red de Empresas Inclusivas, agrupación de 80 empresas que trabajan para fomentar los procesos responsables de Inclusión Laboral.
- Gracias a sus acciones inclusión y equidad, Arcos Dorados se ha transformado en un referente en la industria, siendo una empresa mentora para 3 compañías a través de sus membresías a la Red de Empresas Inclusivas y la participación en la Cámara Chilena Norteamericana de comercio (AMCHAM) en 2022.
- Por su trabajo en materia ESG, McDonald's fue la única empresa de comida rápida en integrarse al ranking Merco ESG 2022; entre las primeras 200 compañías mejor evaluadas por su trabajo en materia socioambiental.



Siendo también la única marca de la industria de comida rápida en ingresar en la categoría de Alimentación, donde logró el puesto 14.

- Durante los últimos dos semestres, Arcos Dorados ha logrado posicionarse en la medición Cadem “Marcas Ciudadanas”, siendo líder en la categoría de Comida Rápida. Entre los diversos criterios evaluados por los consumidores, se destacan las iniciativas socioambientales (ESG) de la compañía en sus restaurantes McDonald’s.
- La generación de acciones ESG, logró grandes resultados en mediciones de motivación y ambiente laboral de los empleados McDonald’s. Según la Encuesta de Cultura y Clima Laboral 2022, el Índice de Satisfacción alcanzó un 90,6% entre los crews y un 95,7% en los gerentes.

ANEXOS

Se adjunta presentación en los anexos de postulación.