



EIKON 2019

## **CAMPAÑA: PLAN VECINO “TALLERES”**

### **NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍAS A INSCRIBIRSE**

Categoría 2:

(2.2) Sustentabilidad Social Programas centrados en mejorar la comunidad en la que está inserta la empresa.

(2.6) Sustentabilidad en salud Programas dedicados a la educación de la salud, promoción de hábitos sanos y fomento a centros de salud y planes médicos estatales o privados así como aportes concretos a la salud pública.

### **TÍTULO DEL PROGRAMA**

Plan Vecino “Talleres”

### **NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN**

Arcos Dorados Restaurantes de Chile/ McDonald’s Chile.

### **DEPARTAMENTO/ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN**

Comunicaciones Corporativas McDonald’s Chile.

### **PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Lorena Talma, gerente de Comunicaciones Corporativas McDonald’s Chile.

### **UN TWEET QUE IDENTIFIQUE Y DEFINA EL PROPÓSITO DEL PROGRAMA**

Desde hace cinco años @McDonalds\_cl aporta a la calidad de vida de las comunidades, promoviendo la actividad física a través de talleres gratuitos para niños, adultos, adultos mayores, embarazadas, personas en situación de discapacidad, entre otros.

### **IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA :**

De acuerdo a datos de la Organización Mundial de la Salud, Chile es uno de los países de la región con mayores índices de obesidad en niños y adultos, a lo que se suma que somos una población cada vez más longeva.

En este contexto, en 2015 McDonald’s lanzó Plan Vecino, iniciativa que durante los 365 días del año ofrece talleres de actividad física en las principales comunas del país, con la finalidad de mejorar la calidad de vida y bienestar de las personas.



Estos programas impactan directamente en niños, adultos, adultos mayores, embarazadas, personas en situación de discapacidad y personas que requieren acondicionamiento físico específico. Cabe destacar que los talleres, además de promover la actividad física han ido un paso más allá, generando cambios positivos tanto en la vida del que participa como en la de sus familiares.

Actualmente McDonald's ofrece 10 talleres en las principales municipalidades del país, entre las que destacan: Santiago, Maipú, Estación Central y recientemente Ñuñoa.

## **PERFIL DE LA COMPAÑÍA**

Arcos Dorados es la mayor franquicia independiente de McDonald's en el mundo, tiene presencia en 20 países de América Latina y el Caribe, operando más de 2.100 restaurantes con más de 90.000 empleados.

La compañía es un importante actor de la economía local, promoviendo el desarrollo de proveedores locales con más de un 90% de abastecimiento nacional. A su vez, cuenta con más de 5 mil colaboradores, siendo uno de los mayores empleadores de jóvenes en el país.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos:**

- Posicionar a McDonald's como una empresa comprometida con el deporte.
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Promover la actividad física desde temprana edad.
- Crear nuevos momentos de esparcimiento y recreación para las familias.
- Colaborar con la salud de la tercera edad.
- Fortalecer los vínculos con cada comuna en la que opera McDonald's.

## **PÚBLICOS OBJETIVOS:**

- Municipalidades
- Comunidades
- Organizaciones comunales
- Medios de comunicación.
- Autoridades



## EJECUCIÓN DEL PLAN:

Cada uno de los programas que McDonald's ha implementado sigue la siguiente cronología:

1. **Acercamiento/necesidades:** en una primera etapa McDonald's presenta el programa Plan Vecino al Alcalde o jefe de Gabinete, quien posteriormente deriva a la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO). Estos últimos, se encargan de presentar a la empresa las necesidades de la comuna.
2. **Desarrollo del programa:** una vez recibidas las necesidades de la comuna, el equipo de profesionales de Educación Física, con quienes trabaja McDonald's, prepara un programa específico para el grupo definido.
3. **Aprobación del programa:** el programa es enviado a la DIDECO nuevamente para su aprobación.
4. **Plan Piloto:** una vez aprobado el programa, se inicia con un plan piloto de seis a ocho semanas, con la finalidad de medir la efectividad del curso y ver posibles áreas de mejora.
5. **Evaluación:** finalizadas las seis u ocho semanas, según sea el caso, el equipo de McDonald's y el equipo a cargo de la actividad por parte de la Municipalidad califican cualitativa y cuantitativamente el taller.
6. **Lanzamiento oficial:** cuando la evaluación es positiva por ambas partes se realiza el lanzamiento oficial del taller, incorporándolo a los talleres gratuitos oficiales de la comuna. En esta etapa también se comienza a difundir en medios de comunicación y redes sociales.

### Talleres actuales:

**Aquafit:** programa enfocado a adultos mayores, hombre y mujeres, que quieren mejorar su musculatura con actividad física de bajo impacto al ser realizado en el agua.

**Taller de natación:** curso para niños entre 7 y 12 años en que se les enseñan inicialmente técnicas de seguridad, luego técnicas para flotar y posteriormente se les enseñan las técnicas con brazos y piernas.

**Matronatación:** este taller promueve el apego entre padres e hijos menores de dos años, con técnicas que enseñan a los pequeños a flotar o a quedar boca arriba en caso de caer por accidente a una piscina.

**Actividad Física Adultos Mayores:** este programa en terreno, tiene como finalidad mejorar la calidad de vida de la tercera edad con ejercicios que fortalecen su musculatura, su flexibilidad y sincronización motora. No obstante, al ser muchos de ellos viudos (as) o vivir solos este taller se convierte también en un espacio de recreación.



**Guatitas de Delantal:** este taller fue desarrollado específicamente para la organización “Guatitas de Delantal” de la Ilustre Municipalidad de Santiago, grupo que requiere mejorar su condición física previo a una intervención quirúrgica.

**Taller de embarazadas:** este programa también trabaja con grupos específicos, en este caso mujeres en etapa de gestación que con autorización médica puedan realizar actividad física de bajo impacto.

**Futbolito:** este taller se imparte principalmente en verano y busca promover el deporte en adolescentes con la finalidad de disminuir distracciones negativas.

**Tenis inclusivo:** este programa como su nombre lo dice es inclusivo, e invita a niños en situación de discapacidad a acercarse al deporte a través del tenis.

**Taller de tenis:** este curso se imparte actualmente en la comuna de Ñuñoa a niños de 8 años de edad promedio, fomentando así la actividad física en sectores vulnerables por medio de esta disciplina.

## CANALES DE COMUNICACIÓN (INTERNO Y EXTERNO)

### Canales interno:

- Cada uno de los programas que se lanzan por primera vez son comunicados a todos los colaboradores de la organización por medio de “carteleros” ubicadas en puntos estratégicos de la compañía.
- Asimismo, se desarrollan notas para el canal corporativos de Arcos Dorados en el que se presenta la iniciativa y algunos testimonios de los participantes.

### Canales externos:

- Desarrollo y gestión de comunicado de prensa.
- Gestión de notas en medios de consumo masivo.
- Gestión de notas con medios de televisión.
- Publicación de los talleres en Diario La Tercera – Hub de Sustentabilidad.

## EVALUACIÓN CUANTITATIVA

2017

### PR

- US\$ 103.315 PR value 2017
- 18 Publicaciones 2018
- 4 entrevistas orgánicas.

### RELACIONAMIENTO:



- 2 Autoridades (Alcalde Estación Central y Alcalde Lo Espejo)

2018

**PR**

- US\$ 72.089 Pr value 2018
- 4 Publicaciones 2018
- 2 Entrevistas orgánicas.

**RELACIONAMIENTO:**

- 2 Autoridades (Alcalde Estación Central y Alcalde de Santiago)

## **BENEFICIOS GENERADOS**

Colaborar con las comunas en las que McDonald's está presente ha tenido importantes beneficios para sus vecinos, entre las que destacamos:

- Más de 7.000 personas han sido impactadas positivamente en los talleres.
- Actualmente participan 500 personas.
- La compañía ha logrado posicionarse como una empresa consciente con su entorno y de la calidad de vida de las personas.
- McDonald's ha fortalecido su compromiso con la actividad física, buscando cada año alianzas con nuevas Municipalidades y desarrollando programas innovadores que generen reales cambios en la población.
- Se ha fortalecido la relación de trabajo con las Municipalidad que trabaja actualmente, generando importantes vínculos con Estación Central y Maipú principalmente.

## **ANEXOS**

Revisar principales publicaciones en prensa en el siguiente link

<https://www.dropbox.com/sh/yhmvroibgtsbeer/AAA5oIXuyeOgyle0xPNSzDuAa?dl=0>

Revisar PPT

[https://www.dropbox.com/s/38wlrdsahre14xto/Plan%20Vecino Eikon%202019.pptx?dl=0](https://www.dropbox.com/s/38wlrdsahre14xto/Plan%20Vecino%20Eikon%202019.pptx?dl=0)

Revisar video de la campaña

<https://www.dropbox.com/s/2fq8z87my71mgj7/VIDEO%201%20PLAN%20VERANO.mp4?dl=0>