



EIKON 2019

CAMPAÑA: CREEMOS EN LOS JÓVENES SEMINARIO EMPLEO JOVEN

NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍAS A INSCRIBIRSE

Categoría 11: eventos

TÍTULO DEL PROGRAMA

Creemos en los jóvenes: Seminario Empleo Joven.

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

En 2018 @McDonalds_cl realizó el seminario #CreemosenlosJóvenes, iniciativa impulsada junto a Grupo Copesa y que profundizó el debate sobre el escenario laboral de los jóvenes, el incremento de su participación de este sector y un análisis de los desafíos que presentan las nuevas generaciones en cuanto al primer empleo.

IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA :

Actualmente McDonald's es el mayor empleador de jóvenes en la región, impulsando en 2018 su campaña "Creemos en los Jóvenes", la que generó nuevas oportunidades para quienes buscaban su primer empleo, además de hacer un llamado a otras empresas a que apuesten por los jóvenes que buscan una oportunidad. **En Chile, de sus 5 mil colaboradores el 82% son jóvenes con una edad promedio de 21 años.**

En este contexto, McDonald's en alianza con Grupo Copesa, principal holding de medios de comunicación en Chile, desarrolló un seminario sobre el escenario del empleo juvenil en el país que llevó el nombre de la campaña y que contó con la presencia de directores, gerentes, jefes y organizaciones que trabajan en áreas de Recursos Humanos.



En la jornada, realizada en uno de los salones del Hotel Ritz, los más de 100 asistentes conocieron la experiencia de McDonald's en materia de empleo juvenil, contaron con la visión del director del SENCE, Juan Manuel Santa Cruz, la experiencia de Horacio Llovet, director ejecutivo de TuPrimeraPega y la visión económica por parte del destacado economista de la Universidad Católica, David Bravo.

El seminario permitió profundizar el debate sobre el mercado laboral de los jóvenes, gracias al debate generado entre autoridades y expertos, destacando principalmente la importancia de elevar la participación de este sector en el trabajo y los desafíos que presentan las nuevas generaciones en cuanto al primer empleo, los incentivos, el desarrollo profesional y la capacitación.

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

- Posicionar a McDonald's como el mayor empleador de jóvenes en el país.
- Visibilizar la experiencia y políticas empleo para jóvenes de McDonald's
- Generar debate en torno a una de las principales problemáticas de la región: el desempleo juvenil.
- Relacionamiento de los ejecutivos de McDonald's con autoridades de Gobierno.
- Levantar este tema en la pauta de los medios de comunicación.
- Compartir las experiencias de otras empresas en relación al empleo juvenil.
- Debatir y analizar los desafíos para el mercado laboral juvenil.

PÚBLICOS OBJETIVOS:

- Gobierno
- Instituciones/ organizaciones
- Municipalidades
- Gerentes de RRHH
- Directores de empresas



- Jefes de RRHH
- Autoridades
- Medios de comunicación.

EJECUCIÓN DEL PLAN:

Para llevar a cabo el Seminario, el primer paso fue un acercamiento entre la gerente de Comunicaciones de McDonald's, Lorena Talma y el director de Grupo Copesa de esa fecha, Juan Pablo Larraín.

En dicha reunión, McDonald's presentó su campaña "Creemos en los Jóvenes", su rol como agente de cambio en esta materia y manifestó su interés por desarrollar una actividad que levantará el tema, no solamente desde la vereda empresarial, sino también, que involucrara a entidades de gobierno, organizaciones, economistas y otras empresas.

Es así como surge la idea conjunta de desarrollar el seminario, permitiendo así que McDonald's visibilizara su experiencia en políticas de empleo para jóvenes y generar debate en torno a una de las principales problemáticas de la región: el desempleo juvenil.

Una vez definidos los voceros, la audiencia y los temas a abordar, se dio inicio la fase de convocatoria, donde a través de avisos en Diario La Tercera y mailing se anunció el Seminario.

De esta manera, el 13 de junio, en un desayuno en uno de los salones del Hotel Ritz, se llevó a cabo el esperado Seminario, que congregó a más de 100 personas y que abrió el debate sobre la importancia de elevar la participación de este sector en el trabajo y los desafíos que presentan las nuevas generaciones en cuanto al primer empleo, los incentivos, el desarrollo profesional y la capacitación.

En la jornada, los asistentes conocieron la experiencia de McDonald's en materia de empleo juvenil, contaron con la visión del director del SENCE, Juan Manuel Santa Cruz, la experiencia de Horacio Llovet, director ejecutivo de TuPrimeraPega y la visión económica por parte del destacado economista de la Universidad Católica, David Bravo.



CANALES DE COMUNICACIÓN (INTERNO Y EXTERNO)

Canales internos:

- Se entregaron detalles del Seminario en las pantallas digitales de las oficinas de McDonald's Chile.
- Se envió por email una invitación a los ejecutivos y jefes.
- Se desarrolló una nota para el canal corporativo de Arcos Dorados en el que se presentó la actividad con testimonios de principales expositores.

Canales externos:

- Desarrollo y gestión de comunicado de prensa.
- Gestión de notas en medios de consumo masivo.
- Se desarrolló una columna de opinión firmada por Mariana Tarrio, gerente de Recursos Humanos de McDonald's Chile, publicada en medios TIER 1, entre ellos Pulso – La Tercera.
- Se gestionó una entrevista a Mariana Tarrio, gerente de RRHH de McDonald's Chile en la Revista RH Management, medio de nicho con foco en temas de recursos humanos.
- McDonald's participó como fuente principal en reportajes sobre Empleo Joven, el más destacado corresponde a Empresas Conscientes de Diario Financiero.

EVALUACIÓN CUANTITATIVA

PR

- US\$ 272.478
- 22 PUBLICACIONES 2018
- 4 ENTREVISTAS ORGÁNICAS

RELACIONAMIENTO:

- Director Nacional del Sence, Juan Manuel Santa Cruz.
- Directores de empresas, gerentes y jefes de Recursos Humanos.
- Fundaciones.
- ONG's.



BENEFICIOS GENERADOS

- McDonald's se posicionó como un referente en materia de Empleo Juvenil.
- El seminario abrió las puertas a que organizaciones y otras empresas quisieran conocer aún más las políticas desarrolladas por McDonald's.
- McDonald's fue invitado a ser parte del acuerdo "50 mil jóvenes, 50 mil empleos" iniciativa impulsada por la Organización TuPrimeraPega y el Ministerio del Trabajo.
- McDonald's participó de manera orgánica en reportajes que abordaban esta temática.

ANEXOS

Revisar principales publicaciones en prensa en el siguiente link

https://www.dropbox.com/sh/hg4n8m2waxeg7s7/AABlxxIB46_jFLFQSSHDOZHVva?dl=0

Revisar PPT

https://www.dropbox.com/s/91xip8b1kx260m7/Seminario_Eikon%202019.pptx?dl=0

Revisar video en el siguiente link

<https://gcs-vimeo.akamaized.net/exp=1559322756~acl=%2A%2F1067471655.mp4%2A~hmac=97443c8628a38b894096d1f73719be617d5a44d7d859a4669f6cc8ed0cab3f9f/vimeo-prod-skyfire-std-us/01/1079/11/280399263/1067471655.mp4>