



PREMIOS EIKON 2020  
**APERTURAS McDONALD'S**

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

Categoría 14: Campaña Social Media.

## **TÍTULO DEL PROGRAMA**

Apertura McDonald's

## **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**

A comienzos de este año, @McDonalds\_CI ANUNCIÓ una doble apertura de restaurantes en Chile. Para comunicarlo, la cadena lanzó una nueva estrategia comunicacional a través de redes sociales, estableciendo así un diálogo con la audiencia para conocer su percepción de la marca y medir su sentimiento respecto a la llegada de la compañía hacia dos nuevas comunas.



## 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.



### En Chile:

**1990**

1er McDonald's  
en Chile

**5.000**

Colaboradores en  
Chile.

**86**

locales  
en el país.

**90%**

Proveedores  
nacionales

## IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

En febrero de 2020 McDonald's anunció la apertura de dos nuevos restaurantes en el país, ubicados en las comunas de Lampa y Puente Alto. De esta manera, la compañía inició el año con 86 locales a lo largo del territorio nacional.

Lo anterior, corresponde a la continuidad del plan de modernización y transformación que inició la compañía en 2017 con la incorporación de "Experiencia del Futuro", una innovadora plataforma tecnológica que genera nuevas y mejores experiencias en los consumidores.



Por esto, el equipo de comunicaciones quería ejecutar algo distinto a las acciones de PR tradicional, que les permitiera generar una nueva forma de comunicar la apertura, conocer la opinión de sus consumidores y que, además, graficara la evolución de la marca en estos 30 años de presencia en nuestro país.

Es así, como se anunció la entrada en funcionamiento de los dos nuevos restaurantes, a través de una **estrategia en redes sociales**, que tuvo como propósito generar un diálogo con las audiencias, conocer su percepción de la marca y el sentimiento que les provocaba la llegada de McDonald's a sus comunas.

# OBJETIVOS

Innovar en la estrategia comunicacional de la compañía.

Anunciar la apertura de dos nuevos restaurantes de McDonald's.

Conocer el sentimiento que genera en consumidores la llegada de McDonald's a su comuna.

Conocer la percepción de los consumidores.

Generar diálogo con la audiencia para conocer su opinión.

# PÚBLICOS OBJETIVOS

**Consumidores**

**Influenciadores**

*Medios de comunicación*

**Comunidades**

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## ACCIONES PREVIAS



### FASE 1: ¿QUÉ COMUNICAMOS?

El principal anuncio de la campaña, correspondía a la llegada de McDonald's a dos comunas del país: No obstante, no solo se trataba de una apertura, sino también, se abría la oportunidad de visibilizar la llegada de dos restaurantes con tecnología de punta, que brindarán una nueva experiencia a los consumidores y fans de la marca a través de la "Experiencia del Futuro".

### FASE 2: ¿CÓMO LO COMUNICAMOS?

El equipo de comunicaciones quería hacer algo distinto a las acciones tradicionales de PR, algo que les permitiera generar una nueva forma de comunicar, conocer la opinión de sus consumidores y que por lo demás, demostrará la evolución de la marca en estos 30 años de presencia en nuestro país.

Es así, como se decidió anunciar la entrada en funcionamiento con una estrategia en redes sociales, la que tuvo como propósito generar un diálogo con las audiencias, conocer su percepción de la marca y el sentimiento que les provocaba la llegada de McDonald's a sus comunas.

### FASE 3: ¿QUÉ RED SOCIAL UTILIZAREMOS?

Se decidió usar el Instagram McDonald's Chile junto con las redes sociales de dos conocidos influenciadores como canales de difusión de las aperturas. Se estudió el horario con mejor performance de la cuenta para colgar la campaña en el feed.



# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## ACCIONES PREVIAS



### FASE 4: INFLUENCIADORES DE LA CAMPAÑA

Se seleccionó a Bruno Zaretti y Thiago Cunha, amigos y reconocidos influenciadores que fueron parte de los grupos de baile más recordados de las últimas décadas en Chile. Con ellos se ejecutó la grabación del videopost.

Ambos mantienen una alta visibilidad y engagement en sus respectivas redes sociales.

### FASE 5: QUÉ VAMOS A CONTAR

Se pensó en un storytelling para la grabación de un videopost de Instagram, abordando que ambos nuevos puntos de venta contarían con las modernas características de la “Experiencia del Futuro” de la compañía y que además se posicionarían como los primeros restaurantes estrenados en un año clave para la cadena en Chile.

El contenido del video se desarrolló sobre la historia de dos amigos que acordaron juntarse en “el nuevo McDonald’s”, pero cada uno llega a uno de los locales recién inaugurados. El humor de ambos influenciadores y la calidad de la edición permitió que el lanzamiento del videopost fuera un éxito en la cuenta de la compañía, y se posicionara como una forma inédita para anunciar aperturas a nivel regional dentro de McDonald’s.



## EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

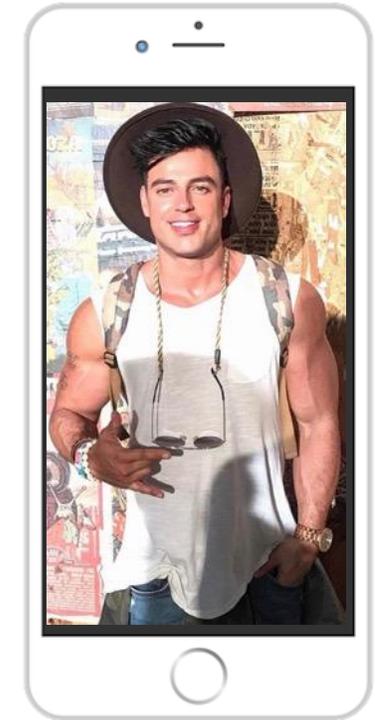
# DURANTE LA CAMPAÑA

### FASE 6: LA ACCIÓN

Para el anuncio de la apertura se desarrolló un videopost, publicado en la red coporativa de McDonald's en Instagram @mcdonalds\_cl y en las redes de Thiago y Bruno, @thiagocunha13 y @bruno\_zaretti respectivamente.

### FASE 6: PATROCINIO

En paralelo a la publicación del video en las redes sociales mencionadas, se patrocinó el contenido para alcanzar así a una mayor audiencia de posibles clientes en McDonald's de Lampa y Puente Alto.



# CANALES DE COMUNICACIÓN

## COMUNICACIÓN INTERNA

-Difusión a través de los informativos a colaboradores actualizados cada mes en los restaurantes del país, según plan de CCII.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

- Difusión en redes sociales corporativas.
- Difusión en redes sociales de influenciadores.
- Desarrollo y gestión de comunicado de prensa.

# EVALUACIÓN CUANTITATIVA

## 3 CUENTAS + PATROCINIOS:

- Likes: 2.741
- Reproducciones: 459.951
- Comentarios: 179
- Alcance total: 279.176
- SOV (Share of voice): 67

## PRENSA

- 9 repercusiones en prensa.
- USD 37,514 en valorización en medios.

## METACONTENT

@mcdonalds\_cl: hubo un equilibrio en cantidad de comentarios positivos y neutros, pero en su mayoría hacían referencia a la alegría por las nuevas aperturas. Los comentarios negativos se deben a personas que no les gustan los productos de la marca.

@bruno\_zaretti: la mayoría de los comentarios fueron positivos hacia la marca. El Influenciador respondió la mayoría de los comentarios por lo que se generó una conversación entre sus seguidores.

@thiagocunha13: los comentarios en la cuenta de Thiago fueron mayoritariamente positivos. Se mostraba gran cariño hacia el influencer de parte de sus seguidores.

## BENEFICIOS GENERADOS

# BENEFICIOS

McDonald's Chile fue reconocido regionalmente por los equipos de comunicación de la compañía, de otros mercados, por la creatividad de la pieza gráfica y sus resultados comunicacionales.

Se comprobó que una campaña digital puede dar iguales o mejores resultados que una campaña tradicional.

Se logró un importante engagement con la audiencia.

Se generó un diálogo con las audiencias de las tres cuentas, con comentarios en su mayoría positivos.

Se innovó en la estrategia comunicacional para anunciar las aperturas de nuevos restaurantes.

Se identificó una buena percepción de la marca.

# REPERCUSIONES EN PRENSA (destacadas)

24 horas

**24 HORAS** ECONOMÍA

**Ahora**  
Incendio afecta a parque industrial en Pudahuel

**Cadena de hamburguesas amplía su operación con moderno restaurant en Lampa**

Con 30 años de experiencia en Chile, McDonald's continúa ampliando su infraestructura en territorio nacional a través de la apertura de su restaurante número 86.

Un gran inicio de año sostiene McDonald's en Chile con la entrada en operación de 2 nuevos restaurantes. La compañía, con 30 años de trayectoria en territorio nacional, ya anunció este mes la entrada en funcionamiento de una nueva sucursal en Puente Alto, a la que se suma la reciente apertura de un nuevo restaurante. Esta vez, en la comuna de Lampa.

La nueva infraestructura se ubica dentro del proyecto comercial Paseo Montaña

ESTOY EN QUIEBRA  
SI DEBES MÁS DE 4 MILLONES  
PUEDES OPTAR AL BENEFICIO DE QUIEBRA PERSONAL  
EVALUACIÓN GRATIS

24 HORAS VIDEO  
Ministro Walker por incidentes fiscales: Aquí claramente hay una intencionalidad...  
Economista por Imacec de enero: Me parece que son buenas noticias

## HoyxHoy

### MCDONALD'S CELEBRA 30 AÑOS EN CHILE CON LA APERTURA DE SU RESTAURANTE N°85

Su 30º aniversario en el país celebra este año 2020 McDonald's, y lo hace con la apertura de un nuevo restaurante emplazado en la comuna de Puente Alto (Camilo Henríquez 3594). Este local se convierte en el N°85 de la cadena en nuestro país, ofreciendo una extensión de 480 metros cuadrados. Junto a ello, la moderna instalación cuenta con infraestructura enfocada 100% en la familia con zonas de juegos, sala de cumpleaños y entrega de productos a la mesa.



Este nuevo local cuenta con toda la plataforma de "Experiencia del Futuro", brindando un servicio más eficiente a través de la implementación de kioscos digitales. Estos complementan el proceso de transformación que inició la cadena en 2017 con "Hecho para ti" – que permite a cada consumidor agregar o quitar ingredientes personalizando su hamburguesa– y "Dual Point", pantallas ubicadas de forma estratégica y que indican con un número único, el estado de cada pedido hasta su entrega.

Este nuevo local cuenta con toda la plataforma de "Experiencia del Futuro", brindando un servicio más eficiente a través de la implementación de kioscos digitales. Estos complementan el proceso de transformación que inició la cadena en 2017 con "Hecho para ti" – que permite a cada consumidor agregar o quitar ingredientes personalizando su hamburguesa– y "Dual Point", pantallas ubicadas de forma estratégica y que indican con un número único, el estado de cada pedido hasta su entrega.

## Diario Financiero

CAPITAL The Note E3 FORMACIÓN EJECUTIVA Siguenos en: [social icons]

DIARIO FINANCIERO

DF FULL Digital por \$65.000 SUSCRÍBETE AHORA

Lo mejor de Apple hasta en 24 cuotas sin interés Ver más MacOnline

Inicio > DF LAB > Innovación y Startups  
Innovación y Startups

**McDonald's anuncia apertura de tecnológico local en Puente Alto**

El local se convertirá en el N°85 de la cadena en el país.

Por: C. Saravia | Publicado: Jueves 6 de febrero de 2020 a las 18:15 hrs.

Noticias Relacionadas:  
Banca & Fintech Primer banco digital en Perú ya tiene fecha de estreno  
Banca & Fintech Banco digital argentino Brubank prepara expansión regional y explora opción en Chile  
Columnistas IVA a servicios digitales no es sólo un "impuesto a Netflix"

## Las Últimas Noticias

### McDonald's Chile anuncia su apertura N° 85 con moderno restaurant en Puente Alto



Este 2020 McDonald's celebra su 30º aniversario en el país e inicia el año con la apertura de un nuevo restaurante en Puente Alto. Es el local N°85 de la cadena en el país, con una extensión de 480 metros cuadrados. "Esta apertura reafirma nuestro compromiso con el país de seguir invirtiendo, generar más puestos de trabajo y continuar nuestra tarea de entregar los mejores productos y experiencia a cada uno de nuestros consumidores", destaca Carlos González, Gerente General de McDonald's Chile. El nuevo restaurante, ubicado en Camilo Henríquez 3594, Puente Alto, cuenta con automac y con toda la plataforma de "Experiencia del futuro", brindando un servicio más eficiente a través de la implementación de kioscos digitales.

**GRACIAS**