



PREMIOS EIKON 2020  
**McPROTEGIDOS**

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

Categoría 5: Comunicación en situación de crisis.

## **TÍTULO DEL PROGRAMA**

McProtegidos

## **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.  
Pablo Díaz, gerente Nacional de Operaciones de McDonald's Chile

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

El programa McProtegidos, confirma el compromiso de McDonald's con el cuidado de sus empleados y consumidores, buscando aportar desde su operación con la contingencia sanitaria "Covid-19".



## 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

A mediados de marzo y ante la incertidumbre provocada en las diferentes industrias y mercados por la llegada del Covid-19 a nuestro país, McDonald's cerró voluntariamente por un período de dos semanas, todos sus restaurantes y segmentos de venta al público.

Una decisión absolutamente proactiva, enmarcada en la disposición de la compañía por estudiar y acatar en su totalidad, las medidas y recomendaciones sanitarias dictaminadas por la autoridad de salud para hacer frente a la emergencia sanitaria.

De esta manera, comprometidos con el cuidado de sus empleados y clientes, y buscando aportar desde su operación al complejo escenario generado por el virus, McDonald's elaboró un estricto protocolo de procedimientos para sus cocinas; servicios asociados de delivery y atención al automóvil (Automac), denominado: "McProtegidos".



Este procedimiento, fue desarrollado durante el período de cierre voluntario de la cadena en Chile y a nivel regional, tiempo en el cual se analizó la situación de la industria de comida rápida frente a la contingencia sanitaria, y se tomaron todas las medidas y resguardos para reforzar y profundizar aún más sus protocolos de sanitización e higiene. Esto, con el objetivo de entregar un servicio seguro para todos.

A partir del mes de abril, la cadena reabrió sus puertas, operando de forma paulatina sus restaurantes en el territorio nacional, solamente bajo la modalidad de Automac y reparto a domicilio, acción que ha permitido velar y cumplir con el distanciamiento social recomendado.

# OBJETIVOS

**Generar y difundir un protocolo de operación y manipulación de alimentos**, recogiendo las recomendaciones de las autoridades de salud, para respaldar el funcionamiento del segmento de comida rápida.

Posicionar a McDonald's como la única empresa del rubro que desarrolló un procedimiento estándar de operación para enfrentar con éxito las repercusiones del Covid-19, dentro del segmento de comida rápida.

Impulsar la confianza de los consumidores en los productos de McDonald's durante los periodos de cuarentena voluntaria y obligatoria.

Generar cercanía con los consumidores y stakeholders, reafirmando la genuina preocupación por los clientes que McDonald's mantiene desde el inicio de su operación en Chile.

# PÚBLICOS OBJETIVOS

**Consumidores**

**Empleados**

*Medios de Comunicación*

**Comunidades**

**Municipalidades**

**Autoridades**

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## CONTEXTO

El lunes 13 de abril McDonald's reabrió sus puertas, operando de forma paulatina sus restaurantes en el territorio nacional, solamente bajo la modalidad de Automac y reparto a domicilio, acción que hasta la fecha ha permitido velar y cumplir con el distanciamiento social recomendado.

Comprometidos con el cuidado de sus empleados y clientes, durante el período de cierre la compañía estudió y reforzó las políticas de higiene y sanitización de su operación, con el propósito de volver a atender a sus consumidores bajo el protocolo establecido en su nuevo programa "McProtegidos", que contempla las siguientes medidas:



# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## FASE 1: CIERRE

# 22

MARZO



### A. ACCIONES OPERACIONALES:

El día 22 de McDonald's cerró por primera vez, desde su llegada a Chile en 1990, todos sus restaurantes, y para comunicar esta histórica medida, lanzó una campaña spot en vía pública y medios de comunicación.

**“Nos separamos para volver a estar juntos”** fue la principal premisa de la campaña, la que fue ejecutada con miras a estudiar la situación de la industria frente a Covid-19, generando de manera orgánica repercusiones en los principales medios de comunicación del país.



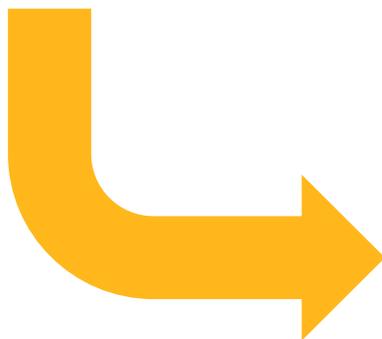
Durante las dos semanas de cierre, la compañía revisó y analizó todas las acciones de sus protocolos internos de servicio, reforzando cada una de ellos y sumando formalmente, nuevas acciones y recomendaciones de las autoridades de salud a sus labores.

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## FASE 1: CIERRE

### B. ACCIONES DIGITALES

Se desarrolló material gráfico para informar a los clientes, a través de stories y post en las cuentas de Instagram y Facebook de McDonald's, el cierre de todos los restaurantes en Chile. Este material, también fue publicado la Web y App.



### C. PR TRADICIONAL:

Durante el cierre de sus restaurantes y en el marco de la incertidumbre generada por los impactos que tendría el Covid-19 en la industria, se ejecutó una estrategia que impactó de manera orgánica en los principales medios de comunicación nacional.



# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## FASE 2: REAPERTURA



### A. ACCIONES OPERACIONALES:

El 13 de abril y tras dos semanas de cierre de su operación, la compañía abrió nuevamente sus puertas, solamente en modalidad Automac y McDelivery, poniendo en acción el nuevo protocolo “McProtegidos”.

### B. ACCIONES DIGITALES:

Se comunicó a través de material audiovisual en las RRSS de la compañía, la reapertura de los restaurantes con el mensaje: “Volvemos a estar juntos”.

### C. PR TRADICIONAL:

Se generó un plan de difusión del nuevo programa “McProtegidos” en prensa tradicional, desarrollando a fondo las medidas implementadas por la cadena.

### FASE 3: ALWAYS ON

El programa McProtegidos no tiene fecha de término, considerando que esta pandemia ha cambiado definitivamente los protocolos de atención de la compañía. Por lo tanto, la empresa continuará comunicado las acciones de este programa como una practica habitual, tanto de manera interna como externa.

# CANALES DE COMUNICACIÓN

## COMUNICACIÓN EXTERNA

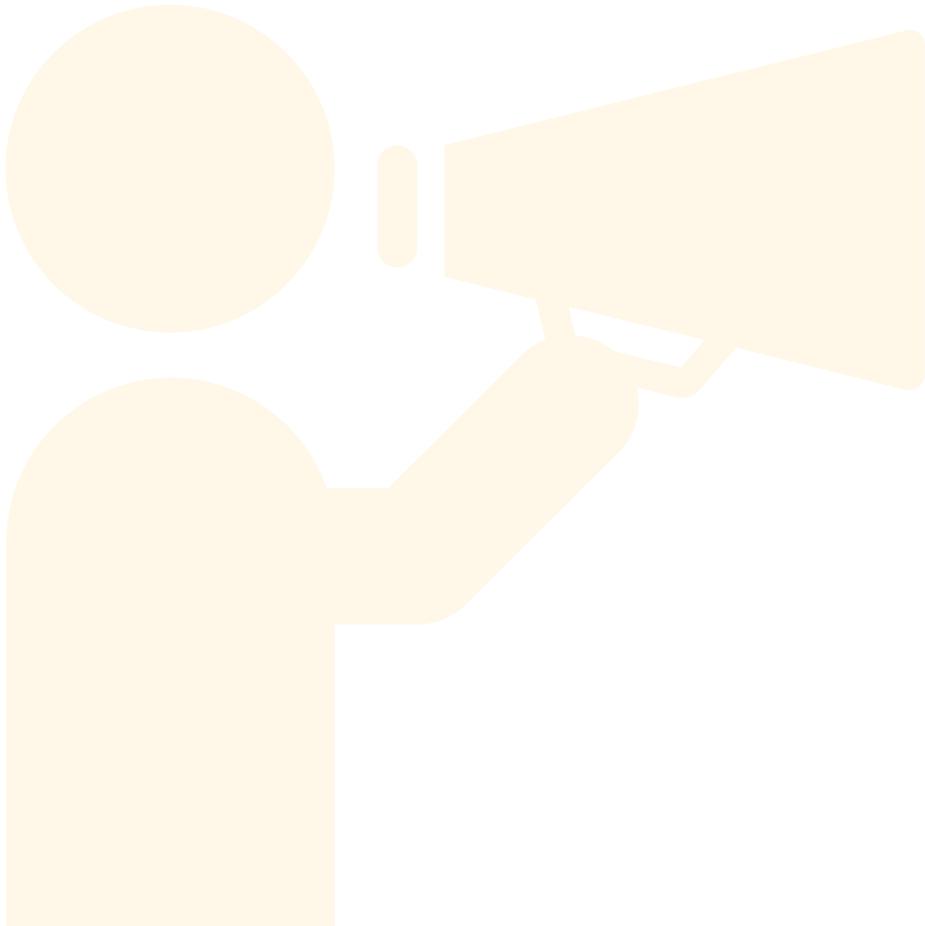
### HACIA LOS CONSUMIDORES:

- Se enviaron e-mailings de cierre y reapertura a todos los usuarios de la App. de McDonald's en Chile.
- Se desarrollaron e implementaron campañas de cierre y reapertura en vía pública.
- Se diseñó y dispuso Banner temporal con información de "McProtegidos" en la App. de McDonald's.
- Se reforzó la campaña "McProtegidos" a través del envío de mensajes push a todos los usuarios de la App de McDonald's en Chile.
- Se dispuso material POP e informativos en todos los restaurantes de McDonald's en funcionamiento, con foco en los espacios presenciales de contacto con los consumidores y servicios de reparto.

### DIGITAL Y PR:

- Se compartieron cápsulas de video en Instagram y Facebook reforzando medidas básicas de precaución.
- Para la reapertura, se generó material audiovisual para las diferentes plataformas sociales presentando el programa "Mcprotegidos".
- Se implementó una campaña digital geo-localizada de 3 km de radio de los restaurantes, comunicando "Volvimos a estar Juntos Extra-Protegidos"
- contenido "Mcprotegidos" para comunicar en RRSS.
- Kit de Prensa digital para informar las nuevas medidas de "McProtegidos".
- Contenido de "McProtegidos" en alianza con diario La Tercera a través del segmento HUB, del suplemento Pulso.

# CANALES DE COMUNICACIÓN



## COMUNICACIÓN INTERNA

### HACIA LOS EMPLEADOS:

- Se comunicó el programa a toda la compañía a través de emails, guías de entrenamiento y carteleras de los restaurantes, enfatizando las medidas de seguridad de la campaña “McProtegidos”.

# EVALUACIÓN CUANTITATIVA

## PRENSA

- 15 publicaciones en prensa.
- USD 125,312 PR Value

## RELACIONAMIENTO

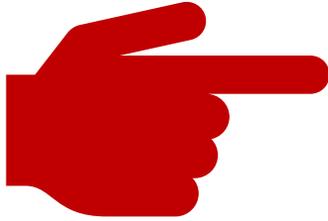
11 medios de comunicación alcanzados.

## REDES SOCIALES

- 4 post en Facebook:
  - alcance promedio de 120k
  - 800 likes promedio
  - 600 comentarios promedio
- Historias en Instagram:
  - 12k de visualizaciones promedio
- 2 post en Instagram:
  - alcance promedio de 60k
  - 450 likes promedio
  - 550 comentarios promedio

## BENEFICIOS GENERADOS

# BENEFICIOS



McDonald's logró ser pionero en la industria en implementar nuevas prácticas frente a la contingencia sanitaria. La empresa fue la primera y única en cerrar proactivamente sus puertas para resguardar la salud de sus empleados y clientes.

La empresa estableció y desarrolló en tiempo récord, nuevos protocolos que refuerzan las prácticas de higiene y limpieza. Lo que habla de una importante capacidad de reacción frente a una crisis de carácter mundial.

La empresa logró ser pionera en informar y visibilizar un programa que extrema las medidas de seguridad alimentaria e higiene, minimizando cualquier posible riesgo frente al virus Covid-19.

McDonald's logro generar y mantener la confianza de sus consumidores, asegurándoles que cada uno de sus productos cuenta con todas las medidas de higiene para resguardar su salud.



# REPERCUSIONES EN PRENSA (destacadas)

## La Tercera

### Programa "McProtegidos" reimpulsa el alto estándar de limpieza y prevención de las cocinas de McDonald's

Durante marzo de 2020, y ante la situación del COVID-19, la compañía decidió cerrar por completo sus operaciones en Chile, velando por la seguridad de sus clientes y empleados. A partir del 13 de abril, McDonald's gradualmente inició su proceso de reapertura, solo en modalidad Automac y delivery. Esta vez, junto a un estricto protocolo de inocuidad que busca asegurar la máxima protección y resguardo frente a la contingencia sanitaria.



Con el slogan "Esto es solo un hasta pronto" McDonald's cerró sus operaciones durante marzo de 2020, para comenzar una evaluación de todos sus restaurantes y reforzar las medidas de higiene y seguridad para todos los clientes y empleados. El exhaustivo proceso culminó el 13 de abril, con la apertura paulatina de las cocinas que la compañía mantiene a nivel nacional, para atender en modalidad Automac y delivery. Esta vez, elevando sus reconocidos estándares de producción a través del programa McProtegidos, que suma nuevos procedimientos de limpieza y prevención para la elaboración y entrega de cada producto.

Así lo detalló Carlos González, gerente general de McDonald's en Chile: "Realizamos una revisión exhaustiva en todas las áreas de nuestra operación para añadir las recomendaciones actuales de las autoridades sanitarias. De esta manera, se han reforzado y profundizado todos los procesos de higiene y sanitización, con el objetivo de entregar un servicio seguro para todos". La campaña McProtegidos introduce mejoras en el proceso de principio a fin, comenzando con la certificación en manipulación higiénica de alimentos de cada empleado. También resguarda la limpieza cada 15 minutos de todos los espacios comunes y refuerza una alta frecuencia en el lavado de manos. Sumado a lo anterior, la cadena también puso énfasis en la

entrega de productos a los clientes en casa, incentivando el pago sin contacto, erradicando los posibles puntos de cercanía entre empleados y servicios de reparto, y cumpliendo con un protocolo de empaque pensado y diseñado por la misma compañía. Este último considera el uso de doble bolsa, sanitización y triple sellado de esta y estrictas normas de operación dirigidas para quienes se encargan del reparto a domicilio.

McDelivery y Automac para todos. Siguiendo las determinaciones de las autoridades sanitarias del país ante la situación del COVID-19, McDonald's ya está

funcionando en dos regiones del país, a través de 21 restaurantes que solo operan mediante el servicio de Automac y delivery. Durante las siguientes semanas, la compañía espera continuar con el proceso de reapertura, poniendo su compromiso también en atender a los clientes del resto de las regiones del país. "La actual situación del país nos plantea un fuerte desafío a todos los sectores, pero tal como lo hemos venido haciendo en los 30 años de nuestra operación en Chile, seguiremos reflejando nuestros altos estándares de calidad de la comida que ofrecemos y en la experiencia que brindamos a nuestros clientes", finalizó el ejecutivo.



## La Tercera

### Más de 40 restaurantes de McDonald's funcionan a través de delivery y Automac con el estándar "McProtegidos"

A la fecha, y en el marco de su proceso gradual de reapertura, la compañía está operando más de 40 restaurantes a nivel nacional a través de distintas modalidades de entrega. La cadena actualmente cuenta con el programa McProtegidos: un estricto protocolo de limpieza y sanitización en sus cocinas y servicios de reparto para asegurar la seguridad de clientes y empleados.

Durante marzo y ante la situación del COVID-19, McDonald's decidió cerrar por completo sus operaciones en Chile, velando por la seguridad de sus clientes y empleados. Durante este periodo realizó una evaluación de todos sus restaurantes con mira a reforzar las medidas de higiene y sanitización en su operación. Este proceso culminó el 13 de abril con la apertura paulatina de las cocinas que la compañía mantiene a nivel nacional, a través de servicio Automac y Delivery, logrando operar a la fecha más de 40 restaurantes a nivel país. Todos ellos, aumentaron sus reconocidos estándares de producción a través del programa mundial McProtegidos que impulsa la compañía y que suma nuevos procedimientos de limpieza y prevención para la elaboración y entrega de cada producto.

De esta forma, McDonald's refuerza su compromiso con los clientes a través de mejoras en el proceso de preparación de comida de principio a fin, comenzando con la certificación en manipulación higiénica de alimentos de cada empleado. Además,

cada 15 minutos, la cadena revisa la limpieza de todos los espacios comunes y mantiene el reforzamiento en los empleados sobre una alta frecuencia en el lavado de manos, proceso de máxima importancia para la cadena. "Todos los días del año, y especialmente durante el Día Mundial de Higiene de Manos, reforzamos el compromiso de operar nuestras cocinas con un alto estándar de limpieza, siguiendo todas las recomendaciones de las autoridades sanitarias y poniendo énfasis en la correcta manipulación de alimentos por parte de nuestros empleados. Todos ellos actualmente están capacitados y certificados para entregar un servicio de confianza para nuestros clientes en sus hogares", señaló Pablo Díaz, director nacional de Operaciones de McDonald's en Chile.

Medidas en McDelivery La cadena también ha puesto especial foco en la entrega de productos a los clientes en casa, incentivando el pago sin contacto, erradicando los posibles puntos de cercanía entre empleados y servicios de reparto; y



Cada 5 de mayo, La OMS impulsa la celebración del Día Mundial de Higiene de Manos.

cumpliendo con un protocolo de empaque pensado y diseñado por la misma compañía. Este último considera el uso de doble bolsa, sanitización con triple sellado de esta y estrictas normas de ejecución dirigidas para



Nuestro equipo está entrenado y certificado en manipulación higiénica de

## Página V

Actualidad Chile Ciencia Coronavirus

### En el Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo, McDonald's destaca sus medidas de prevención que aseguran el cuidado durante la pandemia

hace 23 días

1.7k veces visto

86 Compartidos

COMPARTIR TUITEAR ENVIAR

**McProtegidos**  
En McDonald's nos extra-cuidamos entre todos.

- Cuidando el contacto.
- Manteniendo la limpieza e higiene.
- Respetando la distancia social recomendada.

La empresa ha implementado procedimientos adicionales para garantizar la

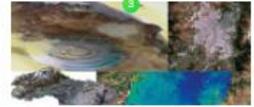
## CONTENIDO DESTACADO



Constructora Biobio: Buenas prácticas con el medio ambiente para una construcción sustentable



LobbyControl, la aplicación innovadora de gestión de emergencias que permite actuar a tiempo y salvar vidas



Geomas Consultores, información satelital para aplicaciones en geología y geotecnia en Chile

Recibe el mejor contenido, directo en tu correo antes que nadie

Tu correo, ese que usas a diario

SUSCRIBIRME

No te preocupes, no hacemos spam

# LA CAMPAÑA EN IMÁGENES



**GRACIAS**