



PREMIOS EIKON 2020
EL MEJOR DE LOS MEJORES



NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍAS A INSCRIBIRSE

Categoría 4: Relaciones con la prensa

TÍTULO DEL PROGRAMA

McDonald's: "El Mejor de los Mejores"

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 McDonald's consolidó una estratégica alianza con el Círculo de Periodistas Deportivos de Chile, con quienes ha logrado establecer importantes vínculos con editores y periodistas deportivos, posicionando a la compañía como una marca comprometida no solamente con el deporte, también con la vida sana y la calidad de vida de las personas.



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

Desde siempre, McDonald's ha sido una marca comprometida con el deporte, apoyando los principales eventos deportivos en el mundo, entre ellos: Juegos Olímpicos y mundiales de fútbol. En Chile, la compañía a través de su programa "Plan Vecino" se preocupa de fomentar la actividad física en las comunas más vulnerables y de acercar diferentes disciplinas de alto rendimiento a través de su equipo de "Embajadores Deportivos".

No obstante, el mayor obstáculo que enfrenta la marca a la hora de hablar sobre hábitos saludables o fomentar el deporte desde temprana edad, es que se le asocia a la mal nombrada "comida chatarra" y con ello a la obesidad.

Es por esto, que uno de sus permanentes desafíos es acercarse a los medios de comunicación, con la finalidad de que conozcan de manera transparente las acciones y actividades que realizan en torno al desarrollo de buenos hábitos y también, conozcan el corazón de su negocio: el origen de su comida.



OBJETIVOS

Fortalecer la estrategia de relacionamiento con la prensa.

Generar un acercamiento con autoridades de gobierno.

Posicionar a McDonald's como una empresa comprometida con el deporte.

Visibilizar el trabajo de la compañía con las comunidades en las que está presente.

Dar a conocer todo el trabajo que realiza la compañía en relación al deporte.

Generar nuevas alianzas con organizaciones deportivas.

Consolidar su alianza con el Círculo de Periodistas Deportivos de Chile.

PÚBLICOS OBJETIVOS

Periodistas y editores

Prensa

Ministerio del Deporte

Organizaciones Deportivas

Deportistas

Círculo de Periodistas Deportivos

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

ETAPAS DEL PLAN

FASE 1: ACERCAMIENTO

A comienzos de 2018 se gestó un **primer acercamiento con el Círculo de Periodistas Deportivos de Chile**. Esto, se logró a través del concurso de fotografía “País Activo”. En dicho concurso, Danilo Díaz, presidente de la agrupación fue invitado a ser parte del jurado, compartiendo con ejecutivos de McDonald’s.

FASE 2: COMPROMISO CON EL DEPORTE

En el evento “Embajadores Deportivos 2018”, actividad ganadora de un Premio Eikon en 2019, **se dieron a conocer las acciones que consolidan el compromiso de McDonald’s con el deporte**.

En esta oportunidad, Danilo Díaz fue invitado nuevamente, pudiendo compartir con los ejecutivos de la marca y conocer de primera fuente – los deportistas – el importante rol que juega la empresa en la carrera de destacados atletas nacionales.

FASE 3: DEPORTISTAS, UN FACTOR EN COMÚN

Algunas semanas posteriores al evento mencionado, Danilo Díaz, presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Chile solicitó una reunión con Lorena Talma. El propósito de la reunión: presentar a la empresa “El Mejor de los Mejores”, premio que reconoce a los deportistas nacionales más destacados del año en sus diferentes disciplinas.

McDonald’s y el Círculo tenía un factor en común: “acompañar y premiar a los deportistas de alto rendimiento en nuestro país”.

EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

ETAPAS DEL PLAN

FASE 4: ALIANZA

De esta manera, se consolidó en septiembre de 2018 una alianza con el **Círculo de Periodistas Deportivos de Chile**, la que ha permitido a McDonald's visibilizar en los medios de comunicación su compromiso con el deporte, la actividad física y la calidad de vida de la población.



FASE 5: RELACIONAMIENTO

Gracias a esta alianza de trabajo, los ejecutivos de McDonald's han logrado acercarse a autoridades de Gobierno, editores de prensa, organizaciones deportivas y gremios.

Asimismo, la marca ha ganado mayor credibilidad entre los deportistas nacionales, quienes hoy no dudan en ser parte del equipo de "Embajadores Deportivos".

CANALES DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN INTERNA

- Nota en diario mural interno y newsletter.
- Nota en canal interno McNews.

COMUNICACIÓN EXTERNA

- Difusión en redes sociales corporativas.
- Difusión en redes sociales del Círculo de Periodistas Deportivos de Chile.
- Comunicado de prensa.
- Nota en TV
- Relacionamiento con editores, periodistas y autoridades deportivas.

EVALUACIÓN

CUANTITATIVA

PRENSA

18 publicaciones en 2018
USD 167,164 Pr Value

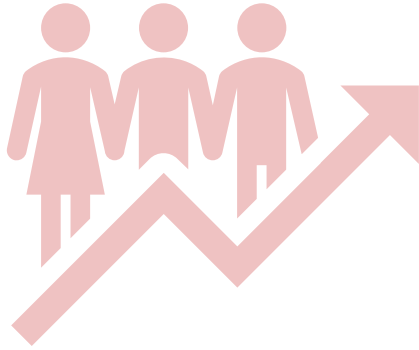
CUALITATIVA

RELACIONAMIENTO:

- Ministra del Deporte 2018, Pauline Kantor.
- Subsecretario del Ministerio del Deporte, Sr. Andrés Otero.
- Danilo Díaz, periodista y presidente del Círculo de Periodistas Deportivos de Chile.
- Periodistas Deportivos.
- Deportistas nacionales.
- Unión de reporteros gráficos de Chile.
- Editores de medios deportivos.

BENEFICIOS GENERADOS

BENEFICIOS



Más allá de los números en publicaciones, McDonald's logró un acercamiento orgánico con los medios de comunicación, lo que finalmente se traduce en un posicionamiento de la marca en la prensa a la hora de abordar temas relacionados con el deporte.

A su vez, la presencia de importantes autoridades de Gobierno y organizaciones deportivas al evento "El Mejor de los Mejores", han permitido a la empresa contar su historia sobre la relación de la marca con el deporte, abriendo así las puertas para nuevas alianzas.

La marca ha ganado mayor credibilidad entre los deportistas nacionales, quienes hoy no dudan en ser parte del equipo de "Embajadores Deportivos".

McDonald's se posicionó entre la prensa deportiva, como una empresa comprometida con el deporte y la actividad física.



EL MEJOR DE LOS MEJORES



GRACIAS