



PREMIOS EIKON 2020  
**EMBAJADORES DEPORTIVOS**



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

Categoría 9 (9.2): Patrocinio o sponsoring deportivo

## TÍTULO DEL PROGRAMA

Embajadores Deportivos 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

En Chile el escenario de los deportistas es complejo, principalmente por falta de recursos económicos. En este contexto, desde 2012 McDonald's apoya la carrera de destacados atletas nacionales, con la finalidad de motivarlos a seguir adelante y lograr triunfos para nuestro país en diversas disciplinas.



## 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

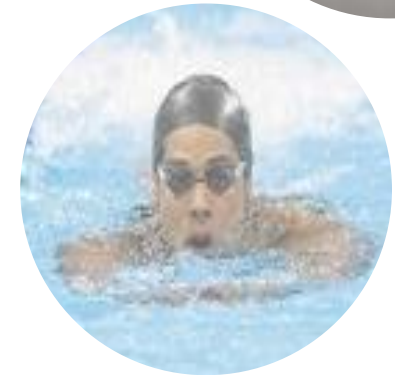
# IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

En Chile el escenario de los deportistas es complejo, principalmente por falta de recursos económicos. En este contexto, desde 2012, McDonald's apoya la carrera de destacados atletas nacionales, con la finalidad de motivarlos a seguir adelante y lograr triunfos para nuestro país en diversas disciplinas.

Desde esa fecha, la compañía ha sumado a diferentes exponentes del deporte nacional, quienes son un ejemplo de valentía, perseverancia, coraje, disciplina y sacrificio.

Actualmente, el equipo de “Embajadores Deportivos” McDonald's está conformado por: Karen Gallardo, lanzadora de disco; Oliver Elliot, nadador; Eliana Busch, nadadora senior; Santiago Vega, esquiador paralímpico y Arley Méndez, pesista olímpico. A ellos se sumaron recientemente: Gustavo Alarcón, esgrimista y Francisca Mardones atleta paralímpica en lanzamiento de la bala.

Asimismo, además de patrocinar la carrera de estos deportistas, este programa permite fomentar el deporte entre los chilenos, acercando a través de la historia de sus embajadores a que todas las personas, independientemente de su edad, se motiven a dejar atrás el sedentarismo.



# OBJETIVOS

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

Continuar apoyando la carrera de deportistas destacados en diferentes disciplinas.

Visibilizar durante todo el año el programa "Embajadores Deportivos" en medios tradicionales y RRSS.

Sumar nuevos embajadores al equipo cada año.

Comunicar la carrera de nuestros destacados deportistas nacionales.

Generar mayor relacionamiento con gremios, periodistas y autoridades deportivas.

# PÚBLICOS OBJETIVOS

**Deportistas**

**Periodistas deportivos**

*Medios de comunicación*

**Comunidades**

**Gobierno**

***Gremios deportivos***

# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

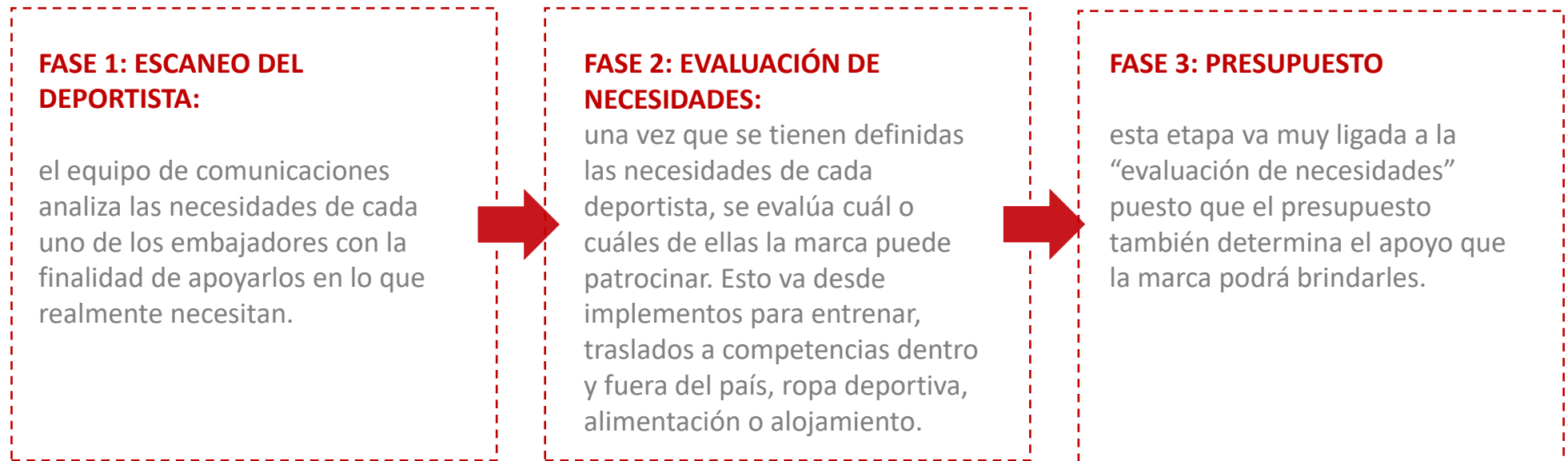


# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## ETAPAS DEL PLAN

El apoyo entregado por McDonald's a los deportistas, **es determinado de manera personalizada**, respondiendo a las necesidades generales y puntuales de cada uno. Es decir, no se trata de un acuerdo puramente monetario, se trata de un auspicio abierto, que cubre tanto las necesidades que presenten para participar en competencias como a nivel personal.

En base a lo anterior, el programa de patrocinio funciona de la siguiente manera:



# EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

## ETAPAS DEL PLAN

### FASE 4: ENTREGA DEL PATROCINIO:

esta entrega se hace de manera presencial en las oficinas corporativas de McDonald's Chile, directamente por Lorena Talma, gerente de Comunicaciones Corporativas de McDonald's, sin difusión.

### FASE 5: ACOMPAÑAMIENTO

de manera permanente el equipo de comunicaciones está en contacto con cada uno de los embajadores, con la finalidad de estar al tanto de nuevas necesidades, sus competencias y sus logros.

### FASE 6: DIFUSIÓN

dentro de la estrategia de "Embajadores Deportivos", McDonald's además de apoyarlos económicamente, los apoya en su relacionamiento con los medios de comunicación, gestionando entrevistas y visibilizando sus historias de superación.

### FASE 7: ACTIVIDADES:

los embajadores acuerdan con McDonald's participar en eventos y/o actividades de la marca relacionadas con la actividad física, vida sana y alimentación equilibrada. Es así como muchos de ellos han sido jurado de concursos, invitados a ceremonias y han participado en los talleres gratuitos que la compañía imparte en comunas vulnerables.



# CANALES DE COMUNICACIÓN

## COMUNICACIÓN INTERNA

- Nota en McNews TV.
- Dos notas semestrales en el newsletter corporativo.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

- Desarrollo de evento anual en el que se presentan a los nuevos embajadores.
- Gestión de prensa personalizada para cada embajador.
- Apoyo comunicacional a cada embajador.
- Cobertura en La Tercera en HUB de Sustentabilidad.
- Relacionamiento con organizaciones deportivas.
- Generación de contenido en redes sociales.
- Difusión del programa en “INFOPOINT”, pantallas digitales ubicadas estratégicamente en los restaurantes con la finalidad de compartir las campañas ejecutadas por la compañía con sus consumidores y comunidades.

# EVALUACIÓN



## CUALITATIVA

### RELACIONAMIENTO:

- Comité Olímpico de Chile
- Medios de comunicación.
- Deportistas de alto rendimiento
- Ministerio del Deporte.
- Círculo de Periodistas Deportivos de Chile.

## BENEFICIOS GENERADOS

# BENEFICIOS

Estrecho vínculo con cada uno de los embajadores, que va más allá del apoyo económicos que McDonald's les brinda.

Percepción de McDonald's como una marca comprometida con el deporte.

Interés de nuevos deportistas por ser embajadores de la marca.

Apoyo en el desarrollo de la carrera de destacados deportistas nacionales.

Interés de las comunidades por el deporte y la actividad física.

Relacionamiento orgánico con los medios de comunicación y la prensa deportiva.

**GRACIAS**