

17.1 Publicidad Institucional Gráfica

Pasa como Quieras



Responsable:
Lorena Talma M.
Gerente de Comunicaciones Corporativas
Arcos Dorados Chile

PROPÓSITO

Las **nuevas tendencias de movilidad** motivaron un cambio en el tradicional servicio **AutoMac**, históricamente asociado a la atención en automóvil, lo que permitió abrir el segmento a todo tipo de ruedas, **impulsando el uso de nuevos medios de transporte** menos contaminantes como scooter, patines, bicicletas, entre otros y satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores en pandemia.



El primer restaurante McDonald's en Chile, abierto en 1990, trajo consigo conceptos impensados para la industria de la época, como el **emblemático AutoMac**, un servicio que buscaba ofrecer una **experiencia única de atención desde el automóvil** y que fue el causante de una larga fila que se extendía por Avenida Kennedy, hasta más allá del -en ese entonces- Hotel Hyatt.



Ya han pasado más de **30 años desde ese icónico momento**, por lo que las **tendencias y necesidades de las personas han cambiado**, por una parte, por el paso del tiempo y por otra, producto de la nueva realidad producida por la pandemia, ambas situaciones motivaron la **transformación del tradicional servicio AutoMac**.

CONTEXTO

La pandemia trajo consigo grandes cambios en los hábitos y costumbres de las personas, entre ellos las formas de moverse en la ciudad, detectándose grandes cambios en las formas de circulación y desplazamiento en este nuevo contexto.

La bicicleta se convirtió en una de las alternativas favoritas de los ciudadanos, especialmente jóvenes, que ante el miedo de contagios con el uso del transporte público, han optado por el transporte en dos ruedas.

Una encuesta realizada por la **Asociación Chilena de Seguridad (ACHS)** destacó que, del total de encuestados, **el 50% declaraba utilizar la bicicleta como medio de transporte**, asimismo, **1 de cada 5 personas afirmó haber comenzado a utilizar algún tipo de ciclo** debido a la crisis sanitaria.

La encuesta destacó además que la edad en que más **augmentó el uso de este medio de transporte** fue en el segmento de **18-30 años**, seguido por el grupo etario de **31-40 años**.



Objetivos

1. **Conectar con las comunidades** asociadas a las nuevas tendencias de movilidad.
2. **Responder a las nuevas necesidades** de los consumidores en medio de la crisis sanitaria.
3. **Posicionar los restaurantes McDonald's** como los primeros de la industria de comida rápida comprometidos con la micro movilidad.
4. **Fortalecer uno de los servicios** más importantes de atención durante la crisis sanitaria.
5. **Alcanzar nuevos públicos** a través del uso de diversas plataformas.
6. **Comunicar el nuevo segmento AutoMac** a través de contenido y piezas gráficas atractivas para los públicos objetivos.
7. **Generar alianzas y fortalecer la vinculación** de la compañía con organizaciones de la sociedad civil.



Públicos objetivos

Consumidores
Comunidades asociadas a la micro
movilidad.
Colaboradores
Medio de Comunicación
CONASET
Ministerio de Transporte

EJECUCIÓN PROGRAMA

Pasa Como Quieras

Como **respuesta a las nuevas tendencias y necesidades de los consumidores en pandemia**, surgió “Pasa Como Quieras”, iniciativa con la que se **transforma el tradicional AutoMac**, asociado históricamente a la atención a quienes pasaban en automóvil, abriendo el segmento a todo tipo de ruedas.

La campaña consideró **distintas plataformas y formatos de contenido, que permitieran conectar de mejor manera con el público joven** que ha adoptado estos nuevos hábitos, por lo que se puso un gran **foco en piezas gráficas que resultaran llamativas y dinámicas**, apuntando directamente a los seguidores de estas nuevas tendencias de movilidad.

Acciones de campaña

01



LANZAMIENTO

Trabajo en redes sociales con **influenciadores y embajadores deportivos** para dar a conocer nueva modalidad AutoMac y los beneficios para quienes prefieren medios de transporte diferentes al automóvil.

02



RELACIONAMIENTO

Alianza estratégica con **comunidad de mujeres ciclistas, “Viejas Cleteras”**, para amplificar los mensajes asociados al nuevo servicio AutoMac a través del trabajo conjunto.

03



SEGUIMIENTO

Acciones para **reforzar la campaña, a través de la transformación de las sendas AutoMac**, con la creación de murales sustentables para la comunidad, asociados a la movilidad.

LANZAMIENTO

Se trabajó en conjunto con **influenciadores asociados al mundo del ciclismo** que permitieran llegar de forma más directa a las comunidades que hoy prefieren formas de movilidad, como las bicicletas, scooters, patines, etc. Y así poder **transmitir los mensajes asociados al renovado segmento de atención desde la experiencia de los mismos influenciadores.**

Se trabajó con **02 influenciadores de ciclismo de montaña**, con quienes se construyó un relato común sobre la base de que: *“Ahora puedes hacer tu deporte favorito y luego pasar sin preocupaciones por un AutoMac en bicicleta, patines, scooter, o de cualquier manera”*. De esta forma **se generaron historias para Instagram, partiendo desde el cerro en que realizaran su deporte, para luego descender y llegar hasta su AutoMac más cercano.** Permitiendo dar cuenta de la nueva modalidad del segmento y sus beneficios.

Asimismo, la campaña contó con la colaboración de **destacados deportistas nacionales, que forman parte del programa “Embajadores Deportivos”** desarrollado por la compañía, quienes compartieron contenido en sus redes sociales pasando por AutoMac de distintas maneras e invitando a todos a conocer el nuevo servicio y “pasar de cualquiera manera”



INFLUENCIADORES



Ignacio Sepúlveda
@Ignacio_Sepulveda_Cortes



Nicolas Prudencio
@Nicoprudencio



EMBAJADORES DEPORTIVOS



Gustavo Alarcón



Oliver Elliot



Karen Gallardo

RELACIONAMIENTO

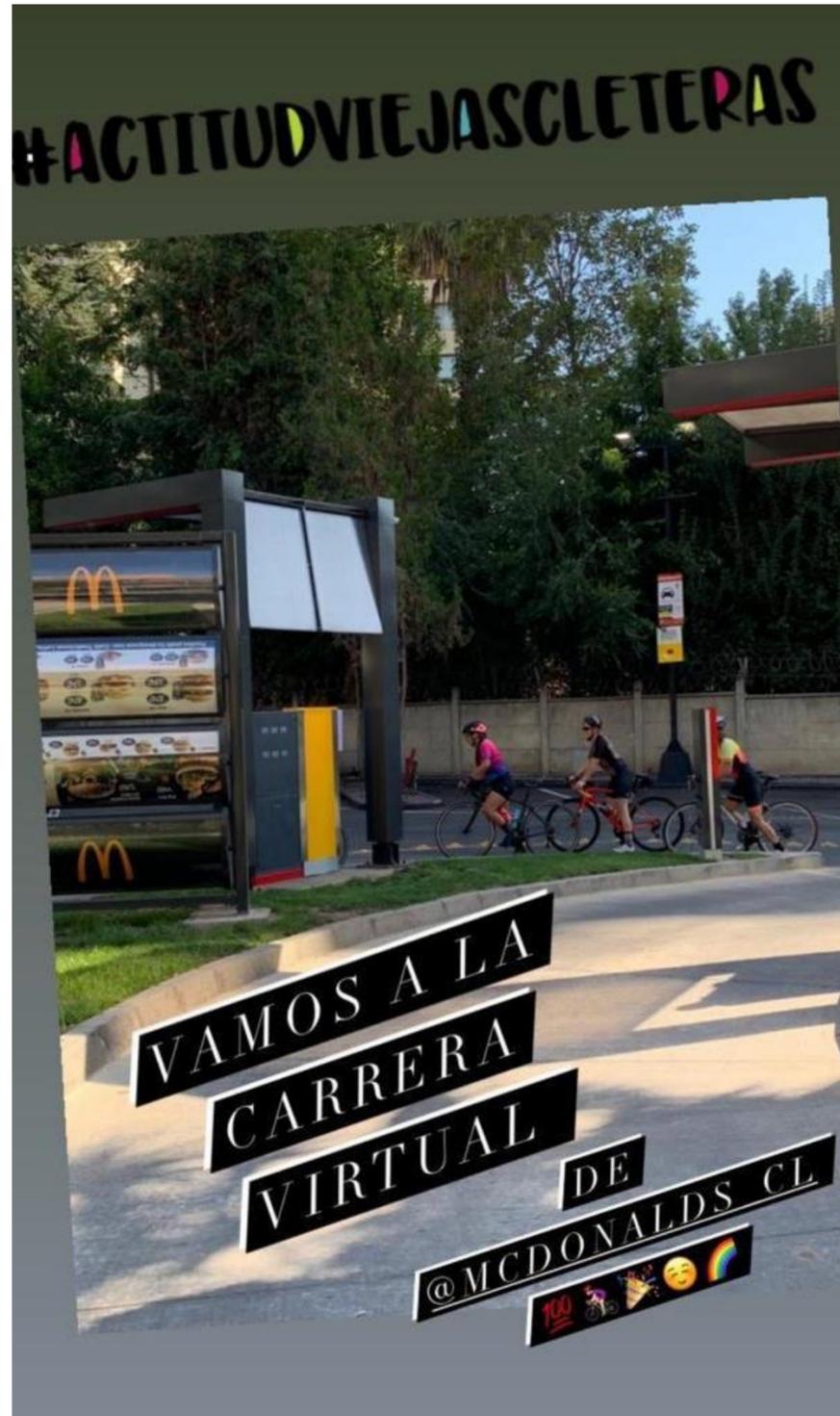
Con la **transformación del emblemático AutoMac** y la **necesidad de conectar con comunidades asociadas a las nuevas tendencias de movilidad**, la compañía identificó una nueva posibilidad de relacionamiento estratégico para poder comunicar de mejor manera el nuevo servicio a la comunidad.

Se cerró una alianza con la reconocida **comunidad de mujeres ciclistas, “Viejas Cleteras”**, quienes han buscado empoderar a las mujeres a través del ciclismo con diversas actividades y talleres para la comunidad

La compañía además **refuerza su compromiso con la promoción del deporte y la actividad física** en sus distintos niveles, sumando el apoyo al deporte amateur, a sus otras iniciativas de promoción del deporte y actividad física, como el **programa “Embajadores Deportivos”** de apoyo al deporte nacional y **“Plan Vecino”** de fomento a la actividad física comunal.

Se trabajó en un **video** que permitiera dar a conocer el renovado servicio AutoMac, **de forma atractiva y llamativa en redes sociales**, apuntando principalmente a los **públicos que han aumentado el uso de bicicleta u otros ciclos** durante la pandemia. El video fue compartido en las **redes sociales propias de la compañía** y en las plataformas de la agrupación.

Asimismo, se trabajó en otras iniciativas que permitieran **invitar y dar a conocer el nuevo segmento**, como, por ejemplo, establecer uno de nuestros AutoMac como punto de encuentro en las **“rutas”** organizadas por la comunidad.





***Presionar imagen para visualizar video en YouTube**

SEGUIMIENTO

Se desarrollaron **iniciativas que permitieran seguir reforzando los mensajes asociados a la campaña “Pasa Como Quieras”** y continuar fomentando e impulsando el uso de nuevas formas de movilidad.

Ante esta necesidad se dio inicio a un **proceso de transformación de las Sendas de AutoMac**. El proyecto consistió en la creación de murales en busca de comunicar los **mensajes asociados a la campaña de forma creativa e innovadora**, a través de piezas de arte urbano que conectaran a la compañía con la comunidad.

El mural permitió además **reforzar el compromiso de la compañía con el medioambiente**, pues este fue realizado con la tecnología **Photio**, la cual otorga la facultad a la pintura de replicar el proceso de fotosíntesis, siendo el equivalente a plantar 84 árboles.

El mural fue realizado por el destacado **muralista y director del festival de arte urbano “Hecho en Casa Fest”, Payo Schösting** y a través de la pieza se buscó entregar un mensaje que motivara a una convivencia vial armoniosa, a la vez que reflejara las distintas formas de moverse la ciudad y de pasar por el nuevo AutoMac.

Con la realización de esta pieza de arte urbano, se trabajó en un **video atractivo para conectar con la comunidad a través de redes sociales**, cautivando con los trazos simples y colores brillantes plasmados en el mural y así seguir transmitiendo los mensajes asociados a la campaña de forma creativa e innovadora





**Despues el color,
con pintura que ayuda al medioambiente**

***Presionar imagen para visualizar video en YouTube**



LANZAMIENTO

Acciones de Comunicación Externa



AutoMac de McDonald's incentiva la micromovilidad con su campaña «¡Muévete como Quieras!»

ENTREPRENERD Noticias Datos Útiles ▾ Historias Innovación Tecnología ▾ Podcast ▾ Nerd

Conocida marca de comida rápida incentiva la micromovilidad

ELEVEN MAGAZINE

AutoMac de McDonald's incentiva la micromovilidad con su campaña ¡Muévete como Quieras!



McDonald's incentiva la micromovilidad con su campaña "¡Muévete como quieras!"



Desde ahora se puede comprar pasando en bicicletas, rollers y scooters por el AutoMac de McDonald's



HOME CINE ≡ SERIES ≡ JUEGOS DE MESA ≡ LIBROS ≡ TECNOLOGÍA ≡ EVENTOS ≡

¡MUÉVETE COMO QUIERAS! MCDONALD'S INCENTIVA LA MICROMOVILIDAD EN SUS AUTOMAC



La cadena sigue sumando acciones para impulsar un mejor futuro

Con nueva campaña, McDonald's incentiva la micromovilidad en su icónico Automac

La compañía, que ya cumplió 30 años en Chile, se sigue adaptando a las tendencias de los consumidores de todo el mundo, y, desde este verano, invita a sus clientes a visitar Automac "de cualquier manera". Todos los formatos de micromovilidad, como bicicletas, rollers, skates, monopatines y motos, que han ganado muchos adeptos durante el periodo de pandemia, serán recibidos oficialmente por el segmento Automac.



La nueva normalidad trajo consigo nuevos hábitos y costumbres para las personas. Las formas de movilidad en las ciudades fueron uno de los aspectos que más se adaptaron en este contexto, y en los últimos meses se han producido importantes cambios en las formas de circulación y desplazamiento de los chilenos. Hoy, a través de la micromovilidad, se priorizan medios de transporte sustentables que permiten, a su vez, realizar actividades al aire libre.

Según el estudio de actitudes hacia el medio ambiente, elaborado por la Universidad Andrés Bello en el

contexto de pandemia, la bicicleta propia estaría actualmente dentro de las tres primeras preferencias de movilización de los chilenos, alcanzando un 45% de las menciones dentro de la investigación. La principal razón sería evitar el transporte público en los próximos meses. Este estudio refuerza la decisión de McDonald's de ampliar este año en Chile, su segmento Automac a través de la nueva campaña "Muévete como quieras", con la cual se convirtió en el primer restaurante que potencia la micromovilidad de sus consumidores.

Según la investigación de la casa de estudios, elaborada en octubre de 2020, frente a la pregunta qué medios de transporte privilegiarías en pandemia, la primera opción fue para el auto particular con un 71%; la segunda preferencia sería caminar con una 48%; seguida por la bicicleta propia con un 45% de las preferencias. Más atrás estarían el Metro o Metrotren 26% y la micro con un 22%, entre otros sistemas. El estudio incluyó las regiones del Biobío, Valparaíso y Metropolitana.

A nivel mundial, la micromovilidad como nueva forma de transporte que abarca vehículos muy ligeros, viene ganando terreno los últimos años, principalmente debido a la creciente conciencia por el cuidado del medio ambiente. En Chile, el contexto de la pandemia aceleró este cambio y a medida que se fueron flexibilizando las cuarentenas, las personas eligieron volver a

trasladarse de formas más seguras frente al COVID-19, evitando el transporte público y, a su vez, disfrutando de actividades al aire libre para reunirse con familiares y amigos. Así, bicicletas, skates, rollers, motos y monopatines se volvieron aliados indispensables para transportarse, y también podrán sumarse a la experiencia Automac a lo largo del país.



En línea con las nuevas tendencias y exigencias de los consumidores, los Automac de McDonald's se suman al desafío de las ciudades aportando con soluciones concretas para el uso de transportes sustentables. En el marco de su "Receta del Futuro", la compañía también anunció

recientemente una alianza con Enel X, para habilitar paulatinamente 14 cargadores de autos eléctricos en distintos restaurantes de todo el país, los que se sumarán a una ElectroRuta que permitirá recorrer Chile de norte a sur a través de energías limpias.



PUBLIRREPORTAJE

Desde hace más de una década, la compañía promueve la actividad física en Chile a través de diferentes líneas de trabajo. Solo con su programa Plan Vecino, lanzado en 2015, la cadena ha llegado con clases de acondicionamiento físico a miles de personas y continúa desarrollando pequeñas y grandes acciones para promover una vida más activa. Conocélas en este mes dedicado al deporte.

Vecinarios en movimiento

En seis años, la compañía ha impactado positivamente a cerca de 10 mil personas con los talleres de su Plan Vecino McDonald's. La iniciativa que entrega clases comunitarias de actividad física todo el año, hoy sigue llegando a las familias a través de cápsulas de video distribuidas por seis municipios a lo largo de Chile.

Reconocimientos deportivos

Desde 2018, McDonald's es auspiciador oficial del premio Mejor de los Mejores, otorgado por el Círculo de Periodistas Deportivos de Chile a los mejores deportistas del país en cada una de las disciplinas. Además, realiza anualmente el concurso País Activo para reconocer a fotógrafos profesionales y amateurs que capturen momentos únicos del deporte.



Apoyo a exponentes del alto rendimiento

Con su programa Embajadores Deportivos McDonald's, desde 2012, la cadena viene apoyando a diferentes exponentes del alto rendimiento nacional por su valentía, coraje, perseverancia, disciplina, esfuerzo y sacrificio. Hoy, acompaña a seis destacados representantes: el esgrimista, Gustavo Alarcón; el levantador de pesas, Arley Méndez; la atleta especializada en lanzamiento de disco, Karen Gallardo; los nadadores Oliver Elliot y Eliana Busch (senior); y la atleta paralímpica Francisca Mardones.

Impulsando comunidades más activas

La compañía generó, este 2021, una alianza con el reconocido grupo recreativo femenino "Viejas Cleteras", una de las primeras comunidades nacionales dedicada a impulsar y masificar el uso de la bicicleta como herramienta recreativa y social. Con esta acción, McDonald's sumó a su primera agrupación deportiva civil en su extenso trabajo para promover la actividad física en el país.



Por un país más activo
Recreación y actividad física todo el año con McDonald's



EMBAJADORES
DEPORTIVOS



Acciones de Comunicación Externa



MC DONALD'S PRESENTA MURAL SUSTENTABLE QUE PURIFICA Y DESCONTAMINA EL AIRE



McDonald's presenta mural sustentable que purifica y descontamina el aire

MEDIO AMBIENTE NACIONAL PORTADA Director Junio 7, 2021 0



PULSO Hub sustentabilidad mural sustentable

Día del Medioambiente: presentan mural sustentable que purifica y descontamina el aire

La obra realizada por el muralista e ilustrador nacional Payo Söchting, a encargo de la compañía Arcos Dorados, replica el proceso de fotosíntesis de 84 árboles.

Carlos Zúñiga 4 JUN 2021 02:54 PM



La pieza artística realizada por el muralista e ilustrador nacional Payo Söchting, está ubicada en la comuna de La Florida y con su rol descontaminante es el equivalente a plantar 84 árboles.



McDonald's presenta mural sustentable que en contacto con los rayos ultravioleta degrada gases, replicando el proceso de fotosíntesis de 84 árboles

La pieza artística realizada por el muralista e ilustrador nacional Payo Söchting, está ubicada en la comuna de La Florida y con su rol descontaminante es el equivalente a plantar 84 árboles.

Previo al Día Mundial del Medioambiente, Arcos Dorados, compañía que opera la marca McDonald's en Chile, presentó en La Florida, un nuevo mural sustentable para la comunidad, con el que además buscan promover el uso de formas de movilidad más sostenibles.

Acciones en plataformas propias



[Chile] McDonald's presenta mural sustentable que purifica y descontamina el aire



Comprometidos con las nuevas formas de movilidad

A través de trazos simples y colores brillantes, este mural busca promover de forma creativa el uso de formas de movilidad más sustentables y entregar un mensaje de armonía vial, reafirmando el compromiso de la compañía con las nuevas formas de moverse en la ciudad, el cual ha manifestado a través de la **campaña "Muévete como quieras"**



Presentamos un mural sustentable que purifica y descontamina el aire en Chile

Con esta obra, a través de trazos simples y colores brillantes, busca promover de forma creativa el uso de formas de movilidad más sustentables y entregar un mensaje de armonía vial, alineado a nuestro compromiso con las nuevas formas de moverse en la ciudad, a través de la campaña "Muévete como quieras".

Desde enero de 2021, nos adaptamos a las nuevas tendencias en nuestro servicio de Automac, al que invitamos a pasar "de cualquier manera", impulsando los medios de transporte de la micromovilidad como rollers, bicicletas, monopatines y vehículos menos contaminantes que los automóviles.

Acciones de Comunicación Interna



En el mes de la mujer
McDonald's se une a
Viejas Cleteras



En línea con nuestro compromiso de incentivar y **promover una vida balanceada en Chile**, en McDonald's nos unimos al grupo deportivo de mujeres "**Viejas Cleteras**", una de las primeras comunidades nacionales dedicada a reunir a mujeres de todo el país en torno a los beneficios del ciclismo.

Con esta alianza, sumamos a la primera agrupación deportiva civil y femenina a nuestro trabajo en materia deportiva, que ya cuenta también con los programas "**Embajadores Deportivos**" y "**Plan Vecino**".

Descubre más en  @ViejasCleteras



¡CONOCE NUESTRO MURAL SUSTENTABLE!



Durante junio y en el marco del **Día Mundial del Medioambiente**, presentamos nuestro **mural sustentable** que podrán visitar en la Senda del **AutoMac** de nuestro **Restaurante Vicente Valdés, uicado en La Florida**.

Esta nueva pieza de arte urbano estuvo a cargo del **muralista e ilustrador nacional Payo Söchting** y tiene como finalidad promover la armonía vial, el uso de nuevas formas de movilidad y el cuidado de nuestro entorno.

Gracias a la tecnología de la **Startup chilena Photio**, la pintura con la que se realizó este mural cuenta con un aditivo que en contacto con rayos ultravioleta replica el proceso de la **fotosíntesis que entregarían 84 árboles, purificando y descontaminando el aire**.



¡PRESENTAMOS NUESTRO MURAL SUSTENTABLE!

En el marco del **Día Mundial del Medioambiente**, entregamos a la comunidad de **La Florida un mural sustentable** con el que buscamos promover la armonía vial, el uso de nuevas formas de movilidad y el cuidado de nuestro entorno.

Todos quienes pasen por la Senda del **AutoMac de nuestro Restaurante VVA** podrán inspirarse con el mural sustentable que desarrollamos junto al artista nacional **Payo Söchting**, creador y director del festival urbano "**Hecho en Casa Fest**".

Gracias a la tecnología de la **Startup chilena Photio**, la pintura con la que se realizó este mural cuenta con un aditivo que en contacto con rayos ultravioleta replica el proceso de la fotosíntesis, purificando y descontaminando el aire.

Esta obra invita a mantener la armonía vial y el respeto en las calles, reforzando el compromiso de **nuestra campaña "Muévete Como Quieras"**, a través de la cual incentivamos el uso de nuevas formas de movilidad.

Te invitamos a conocer el mural **haciendo click aquí.** 



Resultados cuantitativos



Prensa

14 notas de prensa totales de acciones asociadas a campaña “Pasa Como Quieras”.
PR VALUE: USD 69.635

AAPP

Relacionamiento con comunidad **mujeres ciclistas “Viejas Cleteras”**.

Relacionamiento con destacado **muralista chileno, Payo Schösting**.

Relacionamiento con **Start Up Chilena, pintura Photio**.

RRSS

**Video Lanzamiento campaña con “Viejas Cleteras”
(Facebook e Instagram)**

Alcance Promedio: 13.675

Interacciones totales: 300

Video Mural AutoMac

Alcance Promedio: 37.763

Interacciones totales: 1.070

Beneficios Generados

El lanzamiento de “Pasa Como Quieras” le dio la posibilidad a la compañía de **abrirse a nuevos públicos y responder a las nuevas necesidades y tendencias adoptadas por los consumidores durante la pandemia**. Además de posicionarse como una empresa comprometida con la micro movilidad y las nuevas formas, menos contaminantes, de moverse en la ciudad.

Por otra parte, la campaña permitió a Arcos Dorados, **nuevas oportunidades de relacionamiento, concretando el primer acuerdo de colaboración con una organización de la Sociedad Civil**, con el trabajo realizado junto a “Viejas Cleteras”. Asimismo, en busca de formas innovadoras de comunicar la transformación del emblemático AutoMac, **se logró fortalecer el pilar sustentable de la compañía**, con la creación de un mural capaz de replicar el proceso de fotosíntesis y purificar el aire del ambiente.



**¡Muchas
gracias!**

