



MCampus Comunidad: Cursos y capacitaciones gratuitas

NÚMERO Y NOMBRE DE LA/S CATEGORÍAS A INSCRIBIRSE

Categoría 2: (2.3) Sustentabilidad en Educación.

TÍTULO DEL PROGRAMA

MCampus Comunidad: Cursos y capacitaciones gratuitas.

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN

Arcos Dorados Chile/ McDonald's.

DEPARTAMENTO/ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN

Comunicaciones Corporativas Arcos Dorados Chile.

PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Lorena Talma, gerente de Comunicaciones Corporativas Arcos Dorados Chile.

PROPÓSITO DEL PROGRAMA

En el contexto de la pandemia mundial Covid-19 y como parte de su compromiso con el desarrollo de los jóvenes de América Latina y el Caribe y la promoción del empleo y educación de los jóvenes de la región, **Arcos Dorados lanzó MCampus Comunidad, abriendo las puertas de su universidad corporativa, Hamburger University**, a toda la comunidad Latinoamericana, creando la plataforma MCampus Comunidad, que otorga acceso a cursos y capacitaciones gratuitas, con el objetivo de mejorar las oportunidades de los jóvenes y apoyarlos en la formación de habilidades que les permitan una mejor preparación para el mundo laboral.

PERFIL DE LA COMPAÑÍA

Arcos Dorados es el mayor franquiciado independiente de McDonald's del mundo y la cadena de restaurantes de servicio rápido más grande en América Latina y el Caribe. La compañía tiene el derecho exclusivo a poseer, operar y otorgar franquicias de locales McDonald's en 20 países y territorios de esas regiones y contabiliza más de 2.250 restaurantes, empleando a más de 90 mil personas (datos de 31/03/2022). La empresa también mantiene un sólido compromiso con el desarrollo de las comunidades en las que está presente y con la generación de primer empleo formal a los jóvenes, además de utilizar su escala



para lograr un impacto positivo en el medio ambiente. A su vez, cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE: ARCO). Para más información sobre la Compañía, por favor visite nuestro sitio web: www.arcosdorados.com

1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA (PLANTEO/ DIAGNÓSTICO)

La llegada de la pandemia afectó fuertemente a América Latina, siendo de hecho, la región en desarrollo más afectada por la crisis sanitaria a nivel global, considerando mortalidad, caídas en la producción y destrucción de empleos, debido al frágil e inestable escenario macroeconómico, social y sanitario que la región ya mantenía previo al 2020.

Según datos de la **Organización Internacional de Trabajo**, entre fines de 2019 y el segundo trimestre de 2020 se habían perdido algo más de 49 millones de empleos y los segmentos más afectados habrían sido, mujeres y jóvenes.

Según cifras entregadas por la misma organización en su informe **“Panorama Laboral 2021: América Latina y el Caribe”**, si bien desde el segundo semestre de 2020 comenzaron a registrarse señales de recuperación económica que fueron más fuertes durante 2021, la desocupación juvenil continúa siendo preocupante en la región y se mantiene a niveles sin precedentes, alcanzando una tasa de desocupación del 21,4% (promedio de los tres primeros trimestres 2021). Asimismo, se informa que en América Latina y el Caribe hay 9,4 millones de jóvenes desempleados y más de 30 millones que solo consiguen empleo en condiciones de informalidad.

La **Organización Internacional del Trabajo** asegura además que éstas son dificultades históricas para los jóvenes y una de las razones que explicaría la menor inserción laboral, debido a tener una menor experiencia, que reduce las posibilidades de acceder a un puesto de trabajo y aumenta las posibilidades de ser despedidos.

Ante esta realidad, durante la pandemia, comienza a cobrar mayor popularidad e importancia la **tendencia del E-Learning**, entre quienes se encontraban desempleados, jóvenes en proceso de insertarse al mercado laboral, en procesos de transición entre la educación secundaria y la educación superior, entre otros, pues se constituyó una herramienta clave para aumentar sus credenciales y en cierto modo, suplir la falta de experiencia y periodos de inactividad producto por la pandemia.



Según explicó a Diario La Tercera el ex Subsecretario de Educación Superior, Juan Eduardo Vargas, la pandemia ha permitido validar los programas ofrecidos virtualmente y el cambio que sufrieron todos los programas de estudio del país, generaron una mayor validación social y académica de este tipo de modalidad.

El **Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)** detalla que el año 2019 contaron con 164.640 participantes en los cursos de E-Learning ofrecidos en la plataforma, mientras en 2020 la cifra ascendió a 334.959 participantes, es decir hubo un aumento del 49%, evidenciado el interés de las personas del país en reforzar conocimientos y adquirir nuevas habilidades a través de la formación online.

En este escenario y de acuerdo con las nuevas necesidades y tendencias, Arcos Dorados decide abrir por primera vez su Universidad Corporativa, **Hamburguer University** a toda la comunidad Latinoamericana, creando la plataforma M-Campus Comunidad. A través de esta plataforma educativa de acceso libre y gratuito, entrega una amplia oferta de contenido para todo público, compartiendo herramientas, sobre todo, a quienes se encuentran en búsqueda de su primera experiencia laboral formal.

2. PROPUESTA/ ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

2.1 OBJETIVOS

Objetivos:

- Ofrecer a los jóvenes de América Latina herramientas para una mejor inserción al mercado laboral.
- Comunicar el impacto social positivo que Arcos Dorados genera en la región capacitando a miles de jóvenes para expandir su potencial.
- Reforzar el compromiso de Arcos Dorados con la promoción del empleo joven.
- Atraer el valioso talento joven a la compañía.
- Impulsar el trabajo de Arcos Dorados como el mayor empleador joven de la región.
- Ser agente activo en la solución a los problemas de inserción laboral que sufren los jóvenes, incrementados por la pandemia.
- Comunicar la ampliación de la oferta de cursos libres, gratuitos y certificados



2.2 PÚBLICOS OBJETIVOS

- Consumidores
- Estudiantes
- Emprendedores
- Jóvenes en búsqueda de empleo
- Colaboradores
- Municipalidades
- Autoridades
- Medios de comunicación

2.3 CANALES DE COMUNICACIÓN

Comunicación externa:

- Elaboración y difusión de comunicados de prensa para medios nacionales y especializados.
- Comunicación en HUB La Tercera.
- Publicación de nota en sitio web de la compañía (mcdonalds.cl).

Comunicación Interna

- Elaboración de Emailing para difusión interna.
- Comunicación de iniciativa en entrenamiento a nuevos trabajadores.
- Comunicación a través de Instagram de comunicación interna:

SomosCooltura

3. EJECUCIÓN DEL PLAN/ PROGRAMA

Convencidos de que la capacitación, el entrenamiento y el acceso al trabajo son factores fundamentales de inclusión y movilidad social, y que cobran mayor fuerza por la pandemia; Arcos Dorados trabaja para mejorar las oportunidades laborales de los jóvenes y apoyarlos en la formación de habilidades que les permitan una mejor preparación para el mundo del trabajo.

Es por esto que, a través de la Universidad Corporativa de la compañía, Hamburger University, desde su fundación en 1961 la compañía ofrece la oportunidad a los colaboradores de acceder a programas de educación continua, capacitación y desarrollo de liderazgo. El centro educativo cuenta con nueve campus en todo el mundo, uno de los cuales está ubicado en San Pablo, Brasil; y el Campus Digital, cuyo objetivo es capitalizar toda la experiencia didáctica en un mismo lugar y mejorar la experiencia del usuario. Allí se puede acceder a contenidos en 4 idiomas, disponibles en los 20 países donde operamos.

Dado el contexto de pandemia por Covid-19 que llevó a un incremento del uso de las tecnologías, Arcos Dorados decidió no solo fortalecer el pilar digital de su universidad corporativa, brindando contenidos online especialmente seleccionados



y adaptados para continuar impulsando el desarrollo de talentos a pesar de la crisis mundial, sino que también decidió abrirla por primera vez a toda la comunidad.

Primera etapa: Lanzamiento

En agosto de 2021, en el marco del **Día Internacional de la Juventud** y teniendo como contexto las complejidades laborales para los jóvenes de dejaba la pandemia sanitaria, la compañía dio a conocer su nuevo programa bajo el nombre de “Jóvenes para el futuro” presentando los nuevos cursos libres y gratuitos que buscan entregar herramientas a cientos de personas de todo el continente para comenzar la búsqueda de su primer empleo.

La nueva plataforma comenzó su funcionamiento ofreciendo 5 cursos digitales gratuitos en áreas claves para el crecimiento personal y la búsqueda de un primer empleo: **Finanzas Personales, Emprendimiento, Inteligencia Emocional, Atención al cliente y Salud y Bienestar.**

Para dar a conocer esta nueva iniciativa se elaboró y trabajo en la difusión de un comunicado de prensa para medios nacionales y de nicho, enfocados a jóvenes, para llegar de manera más rápida y directa al público objetivo de esta nueva iniciativa.

Se trabajó además en una estrategia de comunicación interna para incentivar la inscripción de los trabajadores de la compañía a estas nuevas capacitaciones, a través de los canales de comunicación con los trabajadores como Emailing, GoMc, Instagram interno, entre otros.

Asimismo, se gestionó una alianza con la **ONG, Aldeas Infantiles S.O.S**, para que los jóvenes pertenecientes a las aldeas, en transición o proceso de inserción laboral, se sumaran a las capacitaciones ofrecidas por Arcos Dorados a través de la Hamburger University.

Segunda Etapa: Nuevos Cursos

Debido al éxito regional de esta iniciativa, se mantuvo en el tiempo a pesar de haber pasado el punto más álgido de la pandemia, sumando en febrero de 2022 nuevas temáticas.

A través de una alianza con CISCO, una de las empresas tecnológicos más importantes del mundo, se sumaron nuevos cursos relacionados al mundo digital y la tecnología de la información, respondiendo a las nuevas tendencias mundiales y a las principales necesidades de capacitación.



Para seguir potenciando la participación de los jóvenes en los cursos ofrecidos por M-Campus comunidad se elaboró un segundo comunicado de prensa, el cual fue difundido principalmente en medios digitales con mayor alcance en jóvenes.

Durante la segunda etapa de comunicación de esta iniciativa se comenzó a trabajar además en alianza con municipalidades y otras instituciones que permitirán extender la invitación a jóvenes de todo Chile. Es así como se gestionó la primera participación en una feria laboral, llegando hasta la ciudad de Puerto Montt a través de la oficina regional SENCE, para dar a conocer y facilitar la inscripción de jóvenes en la plataforma.

En busca de seguir alcanzando más jóvenes a lo largo del país, se trabajó además la promoción de M-Campus Comunidad en alianza con la Universidad Andrés Bello y sus sedes en Santiago, Viña del Mar y Concepción.

Tercera etapa: Éxito y nuevas capacitaciones

La tercera fase de comunicación tuvo como principal objetivo comunicar el éxito de los cursos ofrecidos por la compañía, los cuales cuentan con **más de 2 mil personas inscritas en el país.**

Asimismo, se buscó comunicar la oferta de 2 nuevos cursos de “Marketing Digital” y “Negociación e Influencia” para seguir atendiendo a los intereses de los jóvenes en materia de capacitación.

Esta etapa contó con la elaboración y difusión de un comunicado de prensa y el fortalecimiento de las relaciones con autoridades y municipalidades a lo largo de Chile, trabajando junto al **Departamento de Jóvenes** de la Ilustre Municipalidad de La Serena y la **Oficina Municipal de Intermediación Laboral (OMIL)** de la Ilustre Municipalidad de Ñuñoa.

4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN

4.1 EVALUACIÓN CUANTITATIVA

RESULTADOS PR

- **20 publicaciones**
- **PR VALUE:** USD 39.644

REDES SOCIALES:

- Publicaciones en Instagram Interno: SomosCootura_cl

RELACIONAMIENTO:

- Ilustre Municipalidad de La Serena – Departamento de Jóvenes



- Ilustre Municipalidad de Ñuñoa – Oficina Municipal de Intermediación Laboral
- Oficina Regional SENCE Puerto Montt
- Aldeas Infantiles S.O.S

4.2 BENEFICIOS GENERADOS

Más de 32 mil personas de distintos países se han inscrito en uno o más cursos ofrecidos por la Universidad Corporativa de Arcos Dorados, Hamburguer University, de las cuales, **más de 2 mil personas** corresponden a nuestro país. Esto ha permitido posicionar a Chile como el sexto país en contar con el mayor número de inscritos a nivel latinoamericano.

Esta iniciativa ha permitido además **fortalecer el compromiso de la compañía** con la promoción al empleo y el desarrollo de los jóvenes de América Latina, al generar iniciativas consistentes y concretas para entregar valiosas herramientas para un mejor futuro.

Esta acción es consistente con la guía de sustentabilidad de Arcos Dorados, **Receta del Futuro**, a través de la cual la compañía desarrolla iniciativas para impactar positivamente a las comunidades en las que opera; y permite robustecer el discurso de la compañía con respecto a uno de sus pilares fundamentales: **Empleo Joven**.

ANEXOS

- **Se anexa PPT** con todos los alcances del programa