



## **CAMPAÑA: “EDUCAR PARA ALIMENTAR 2021”**

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

Categoría 4.0: Relaciones con la Prensa

### **TÍTULO DEL PROGRAMA**

Educar para Alimentar 2021

### **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 Arcos Dorados Chile

### **DEFINICIÓN DEL PROGRAMA**

Educar para Alimentar fue Lanzado en 2015. **Es el primer concurso para periodistas** impulsado por Arcos Dorados Chile para reconocer, a nivel nacional, a todos los comunicadores de medios que desarrollan reportajes sobre nutrición y alimentación equilibrada para informar a la población en Chile.

En 2021, dentro del contexto sanitario ocasionado por el Covid-19, el concurso desarrolló una nueva edición, centrada en los esfuerzos de la industria gastronómica para levantarse tras el punto más álgido de la pandemia. Con este foco, la compañía premió a los periodistas que visibilizaron esta temática en el ejercicio de su labor.

### **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](http://www.arcosdorados.com)

### **1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA (PLANTEO/ DIAGNÓSTICO)**



En marzo de 2020, **una nueva realidad, generada por el Covid-19, ocasionó que toda la industria viera paralizadas sus actividades** en medio de la incertidumbre. Esto por la falta de información sobre la incidencia de la manipulación de alimentos en los contagios por Covid-19.

Esta situación, en ese entonces, habría ocasionado pérdidas de empleos y luego todo un año de números negativos para los **más de 76 mil pequeños y grandes emprendedores del rubro en todo el país.**

Según antecedentes del Ministerio de Economía, un año después – en abril de 2021- **cerca de 20 mil restaurantes de la Región Metropolitana reiniciaron su atención presencial** tras avanzar a la Fase 2 del plan Paso a Paso. Un equivalente al 60% de la oferta gastronómica de RM.

Meses más tarde, durante octubre de 2021, un artículo de diario La Tercera destacó **el proceso de recuperación económica de los restaurantes.** Con la publicación de un estudio realizado por Edenred que analizó la actividad del rubro en las regiones Metropolitana, de Antofagasta, de Valparaíso y del Biobío.

**La investigación detalló que, a septiembre de 2021,** la Región del Biobío tenía operativos un 51% de los comercios gastronómicos, en comparación al mismo período de 2019 (previo al estallido social y el inicio de la pandemia).

Seguida por las regiones de Antofagasta y Valparaíso con un 40% y un 34% de operatividad respectivamente. En el mismo documento, la Región Metropolitana figuró como la zona más beneficiada con la reactivación, registrando un 73% de locales operativos. **Acercándose cada vez más a un funcionamiento normal.**

Por todo lo anterior, el objetivo principal de Educar para Alimentar 2021 fue destacar y reconocer el trabajo periodístico de medios escritos y canales de televisión para **retratar este proceso de levantamiento y reactivación de pequeños y grandes restaurantes a nivel país,** y también mostrar el apoyo a la industria desde otros actores de relevancia como el delivery.

**Educar para Alimentar es el primer concurso que reconoce a periodistas que escriben sobre alimentación,** buenas prácticas nutricionales y sobre la industria de alimentos en Chile.

La selección de notas de 2021 de Educar para Alimentar fue evaluada por un jurado de expertos de distintas áreas. Estuvo compuesto por Álvaro Saffa, director nacional de Deportes de la Universidad Andrés Bello y Jessica Moya, de la escuela de Gastronomía y Turismo de Duoc UC; sumando a reconocidas personalidades del mundo gastronómico y del deporte nacional. Entre ellas, el chef Álvaro Lois; el cronista y director de la revista Club Placeres, Patricio Rojas y la deportista paralímpica, Francisca Mardones, quien también es parte del programa Embajadores Deportivos McDonald's.



## 2. PROPUESTA/ ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

Durante 2021, se realizó la séptima versión del concurso Educar para Alimentar de Arcos Dorados, iniciativa que -desde el 2015- ha **relevado la importante labor de los periodistas de nuestro país.**

Históricamente, el reconocimiento ha buscado destacar el trabajo de los comunicadores que **desarrollan de manera profunda y responsable los temas nacionales e internacionales sobre nutrición y alimentación equilibrada.**

De igual manera, reconoce el importante rol que tienen los medios de comunicación tradicional a la hora **de impulsar conductas sociales responsables** en torno a la alimentación. Todo a través del **acceso a la información.**

Debido a la contingencia ocasionada por la pandemia de COVID. Durante 2020, por primera vez, el concurso tuvo un cambio de foco y buscó premiar a los mejores reportajes centrados en **visibilizar las problemáticas de la industria gastronómica frente a la emergencia sanitaria.**

En esta oportunidad, en 2021, Arcos Dorados lanzó **una nueva edición especial del concurso** centrada en mostrar el **esfuerzo y medidas** que los integrantes de la industria de restaurantes y alimentación, en todo el país, **pusieron para levantar sus pequeños y medianos negocios.** Esto tras el periodo más álgido de la pandemia, construyendo una nueva realidad gastronómica en Chile.

**Más de 280 postulaciones de medios escritos y canales de televisión se analizaron para esta edición,** de las cuales un 55% correspondieron a medios nacionales y un 45% a medios regionales.



**Un total de 24 reportajes fueron seleccionados**, considerando medios de alcance nacional y regional. **Todos los autores fueron convocados a un gran evento de premiación** desarrollado, durante diciembre, en el hotel Mandarin Oriental con la presencia de importantes autoridades corporativas de Arcos Dorados y editores de medios de comunicación.

**La amplificación de la noticia, en todo el país**, se desarrolló de la mano de todos los medios reconocidos por Educar para Alimentar, quienes generaron notas de prensa para **visibilizar los logros de sus periodistas** y el **trabajo de Arcos Dorados apoyando a la industria gastronómica en pandemia**.



## 2.1 OBJETIVOS

- Contribuir a la visibilización de las problemáticas de la industria gastronómica durante la pandemia por Covid-19.
- Generar vínculos con los medios de comunicación de todo el país, a través del reconocimiento por su trabajo informativo sobre la industria gastronómica en pandemia.
- Validar la rigurosidad informativa del concurso a través de la participación del stakeholders de interés y la academia como jurados.
- Generar reputación para Arcos Dorados en Chile, posicionando a la compañía y su marca McDonald's, como actores que impactan positivamente, desde sus iniciativas corporativas, a toda la industria gastronómica nacional.



## 2.2 PÚBLICOS OBJETIVOS

- Periodistas y editores de medios
- Gremios asociados a la industria de alimentación
- Carreras de Universidades e Institutos profesionales asociadas a alimentación y vida sana.
- Consumidores y población general en Chile

## 2.3 CANALES DE COMUNICACIÓN

### Comunicación externa:

- Desarrollo y gestión de comunicado de prensa para difusión de resultados en medios nacionales.
- Relacionamiento con gremios, periodistas y grupos asociados a gastronomía y salud para visibilizar la importancia del concurso en sus canales propios.
- Difusión orgánica por parte de los medios de comunicación galardonados.
- Difusión estratégica a través de las distintas instituciones que, a través de sus representantes, formaron parte del jurado del concurso.
- Difusión en las redes sociales oficiales de McDonald's en Chile y Latinoamérica, para visibilizar Educar para Alimentar a nivel país y en otros 20 mercados del continente.

## 3. EJECUCIÓN DEL PLAN/ PROGRAMA

- Arcos Dorados Chile realizó una minuciosa selección de reportajes asociados al levantamiento de la industria gastronómica, **desde enero a agosto de 2021**.
- Estos reportajes, abordaron los principales temas relacionados a la industria de alimentación frente a la crisis sanitaria ocasionada por Covid-19 en Chile, destacando aquellos artículos que mostraron amplios conocimientos sobre la industria de alimentos y el negocio de los restaurantes.
- **Durante el año**, Arcos Dorados revisó y seleccionó un jurado de expertos de distintas áreas para impulsar la evaluación del concurso Educar para Alimentar 2021.





- **El jurado estuvo compuesto por:** Álvaro Saffa, director nacional de Deportes de la Universidad Andrés Bello y Jessica Moya, de la escuela de Gastronomía y Turismo de Duoc UC; sumando a reconocidas personalidades del mundo gastronómico y del deporte nacional. Entre ellas, el chef Álvaro Lois; el cronista y director de la revista Club Placeres, Patricio Rojas y la deportista paralímpica, Francisca Mardones, quien también es parte del programa Embajadores Deportivos McDonald's.
- **Más de 280 postulaciones de medios escritos y canales de televisión se seleccionaron, durante 2021,** por la agencia especializada R+M Factor Social. De las cuales un 55% correspondió a medios nacionales y un 45% a medios regionales.
- De la totalidad de notas seleccionadas de medios escritos y digitales de Santiago y regiones, el equipo de comunicaciones de Arcos Dorados, a través de la agencia especialista RM Factor Social realizó una preselección de **24 reportajes:** 12 de TV y 12 de medios escritos, los que fueron evaluados por el jurado.
- Las notas se enviaron a cada jurado, sin nombre del autor, ni nombre del medio -en formato impreso, tamaño carta- dentro de un sobre sellado, el cual también contenía las bases del concurso y un **Formulario de evaluación para cada artículo.**
- El formulario de evaluación dio puntaje a cada trabajo en **cinco categorías.** Cada una de ellas tuvo una puntuación de 1 a 10, siendo los 10 puntos la mayor valoración para cada categoría.
- **Las cinco categorías a evaluar fueron:** Veracidad; Calidad de la información; Impacto en la población; Originalidad en el enfoque periodístico; y Claridad y Precisión en el contenido.
- El proceso de evaluación determinó la elección de un **primer lugar para los reportajes de TV.**
- El proceso de evaluación determinó la **elección de un primer lugar para los reportajes escritos** (impresos y web).
- Además, como mención especial, **se determinó un premio especial** al mejor reportaje escrito de regiones; y al mejor reportaje de TV de región.
- **Todos los periodistas autores de los 24 reportajes seleccionados fueron invitados a la ceremonia de premiación,** desarrollada durante diciembre de 2021 en el Hotel Mandarin Oriental con la presencia de importantes autoridades de Arcos Dorados y editores de medios de comunicación.



### **A) Premiados categoría TV**

- El primer lugar en la categoría Reportajes de Televisión fue entregado al noticiero T13 por su nota “Detrás de los delivery: historias contra el reloj”, desarrollada por los periodistas Alessandro Martínez y Marcelo González.
- El segundo lugar en la categoría de televisión fue para María Belén Briones de Canal 13 por su reportaje “Pida de lo bueno... estas son las ferias Delivery”
- El tercer puesto fue para Ivonne Bastías por su trabajo “La Casa de la Cueca: donde el 18 de septiembre es eterno” emitido en Chilevisión.

### **B) Premiados categoría medios escritos**

- La máxima distinción, fue para Álvaro Peralta de diario La Tercera por su trabajo “La reinención de los restaurantes”.
- El segundo galardón fue para Daniel Fajardo por su nota “Lastarria Resiste”, publicada en La Tercera.
- El tercer puesto fue para el reportaje “Un mes en Fase 3: Volver a salir” del periodista Rodrigo González de La Tercera.

### **C) Menciones especiales**

- En esta nueva edición, el concurso entregó además dos menciones a los mejores reportajes regionales.
- Se premió a Fabiola Díaz del Diario Austral de Región de Los Ríos, por su reportaje “Restaurantes “salen a la calle” para atender a sus clientes y aprovechar apertura de fase 2”
- Se premió a Barbara Prudent y Rodrigo González por su reportaje “Machalí atrae turistas con polo gastronómico” emitido en TVN Red O’Higgins.

## **4. RESULTADOS Y EVALUACIÓN**

### **4.1 EVALUACIÓN CUANTITATIVA**

#### **PR**

- **USD 70.308** de AD Value



- **09 notas de prensa**
- Cobertura en medios. Entre ellos **Teletrece de Canal 13, La Tercera, El Llanquihue y El Austral de Valdivia.**
- También alcanzamos otros gremios de interés para Arcos Dorados como la **Asociación Chilena de Gastronomía y la Cámara Chileno Norteamericana**

## 4.2 BENEFICIOS GENERADOS

- **Visibilización del liderazgo** de Arcos Dorados y su marca McDonald's como **actores que colaboran a impulsar la industria gastronómica** en pandemia y revelan los esfuerzos de ésta para superar la crisis generada por el Covid.
- **Relacionamiento orgánico con medios de comunicación** de todo el país para posicionar a Arcos Dorados como un actor que reconoce el valor de los periodistas y sus trabajos; y que ejecuta acciones de impacto positivo para la industria a la que pertenece.
- **Posicionamiento de Arcos Dorados como una compañía innovadora y líder dentro de su rubro**, capaz de generar importantes reconocimientos para cautivar a sus stakeholders y así generar reputación corporativa en Chile.

## ANEXOS

*Se anexa PPT con todos los alcances del programa*



