



## Cena Mc Gourmet

**Compañía:** Arcos Dorados

**Departamento:** Comunicaciones corporativas

**Agencia regional:** Porter Novelli

**Agencias locales:** Público (Argentina) y Verónica García Mansilla (Uruguay)

**Capítulo:** Regional

**Categoría:** 11. Eventos

**Tweet que defina el propósito del programa:** En una experiencia culinaria única y completamente original, el 7 de enero se llevó a cabo #McGourmet, una cena exclusiva que deleitó con los clásicos sabores de McDonald's. #ExperienciaMcDonald's

### Introducción

Arcos Dorados es la mayor franquicia independiente de McDonald's a nivel mundial y quien opera la marca en 20 países de América Latina y el Caribe. Con 2.100 restaurantes y más de 90.000 empleados, supo gestionar, a lo largo de los años, su comunicación de manera estratégica para alcanzar a cada uno de sus públicos específicos y posicionarse como una de las principales compañías multilatinas de la región.

Así, al comprender que en la actualidad se le da gran importancia a la salud y la nutrición, los clientes priorizan consumir alimentos ricos en nutrientes y de alta calidad.

Para derribar mitos respecto a la calidad de sus famosos menús, y en el marco de sus pilares estratégicos de experiencia y calidad, el 7 de enero de 2019 la compañía desarrolló una cena exclusiva en la Chacra del Indio, Punta del Este, Uruguay. Bajo el nombre "McGourmet", invitó a personalidades especiales y celebridades a vivir un momento inolvidable y deleitarse con una propuesta culinaria sin antecedentes. Un evento en el que se buscó mostrar que no importa la forma en que se presenten los alimentos, gracias a la excelente calidad de los ingredientes, se mantiene el sabor especial de la comida de McDonald's.

Durante el evento, los invitados pudieron degustar de un menú elaborado con los ingredientes de McDonald's, pero preparado y servido de una forma gourmet. Los platos estuvieron a cargo del Chef uruguayo Jorge Oyenard y los postres de Sofía Antonioli, fundadora de Dulce Sofía. Además, hubo shows en vivo de Renata Repetto, Zorrito Von & The Cracks, y la música de la DJ uruguaya Ciara Pascual.

Entre las 180 celebridades que participaron del evento, se destaca la presencia de: Germán Paoloski, Sabrina Garcarena, Juan "Pico" Mónaco, Florencia Raggi, Mariana Arias, Vitto Saravia,



Manuel Desrets, Alejandro Lacroix, Guillermo Andino, Carolina Prat, Claudia Fernández y Santiago Lange.

#### **Objetivos:**

- Mostrar que indistintamente a la forma en que se presenten los alimentos, se mantiene el sabor especial de la comida de McDonald's gracias a la excelente calidad de los ingredientes.
- Generar cobertura y activar conversaciones a nivel regional a partir de la cena McGourmet.
- Reavivar el amor por la marca McDonald's.
- Fortalecer el vínculo entre la gente y la oferta de McDonald's, alimentos que cumplen con rigurosos procesos de seguridad alimentaria, higiene y calidad.

#### **Públicos:**

- Medios de comunicación
- Celebrities, influencers y líderes de opinión
- Familias y niños consumidores de la marca
- Comunidad
- Entes gubernamentales
- Empleados de McDonald's

#### **Mensajes:**

- Gracias a la excelente calidad de los ingredientes de McDonald's, indistintamente a la forma en que se presenten los alimentos, se mantiene el icónico sabor de la marca.

#### **Acciones Realizadas:**

- Envío de invitación cena McGourmet en Punta del Este
- Invitación a medios y personalidades de las dos orillas
- Realización del evento
- Envío de gacetilla de prensa para la comunicación del evento en medios

#### **Ejecución**

Con el fin de dar a conocer el evento, se trabajó con estrategias integrales, pero que a su vez, le permitieron a cada mercado actuar independientemente. Las estrategias incluyeron una fuerte presencia en redes sociales y acciones de PR tradicional.



El plan contó con diferentes etapas de implementación: una etapa previa focalizada en invitar a las celebridades a formar parte del mismo; una etapa durante, donde se identificaron hitos comunicacionales para generar contenido, activar la conversación y fortalecer la participación de cara a alcanzar la meta; y una etapa posterior para el agradecimiento hacia quienes colaboraron y la exposición de los resultados obtenidos.

### **Etapas:**

#### **1. Previa**

- Envíos personalizados de invitación a celebridades, influenciadores e invitados especiales, para informar del nuevo evento bajo la premisa “menú creado con ingredientes de McDonald’s, preparados y servidos de una forma gourmet”.
- Realización de banners y otros materiales de comunicación que formen parte del evento.

#### **2. Durante la cena “McGourmet”**

- Celebrities e influencers participaron de la cena “McGourmet”, un momento inolvidable en el que se deleitaron con una propuesta culinaria sin precedentes.
- Con los ingredientes de McDonald’s el reconocido chef uruguayo Jorge Oyenard realizó una comida gourmet y la chef Sofía Antonioli, de Dulce Sofía, tuvo a su cargo los postres de la ocasión.
- Para generar convocatoria, se realizaron shows de artistas como Renata Repetto, Zorrito Von & The Cracks en vivo y música de la DJ uruguayo, Ciara Pascual.
- Se convocaron medios radiales, gráficos y televisivos, quienes realizaron la cobertura completa del evento.
- Se realizaron videos *lives* desde las cuentas de los influencers y celebrities que fueron invitados, compartiendo los hitos del evento en horarios estratégicos y amplificando su difusión.

#### **3. Posterior**

- Comunicación en medios a través de una gacetilla de prensa en la que se destacó la acción realizada y se difundió los detalles del evento, así como los celebrities que participaron.

### **Evaluación:**

- Se gestionaron entrevistas exclusivas con periodistas de medios Tier1
- Se obtuvieron más de 50 repercusiones positivas en medios gráficos y digitales.
- Se gestionaron 11 stories y un repost que lograron más de 3346 interacciones en redes sociales y un promedio de 5700 impresiones por story.
- Se alcanzó un *Ad Value* estimado de más de USD 80.000 en cobertura de medios.