

# Premios Eikon

**Categoría 7:**  
Comunicación Interna

**Título:**  
Una apuesta Digital: Comunidad Cool,  
un canal donde la comunidad es la voz  
@comunidadcool

**Institución:**  
Arcos Dorados Argentina

**Responsable:**  
Florencia Fragalá

[Ver el video](#)





Comunidad  
**COOL**



## 1) INTRODUCCIÓN

**Arcos Dorados es el primer empleador joven de América Latina y el Caribe. De su amplia comunidad, el 80% son jóvenes de 16 a 24 años, y para el 77% de esos jóvenes, McDonald's es su primera experiencia de trabajo.**

En Argentina, esa audiencia representa a **17.000 jóvenes que se desempeñan en 223 restaurantes en todo el país**. En los últimos años, para la compañía se volvió esencial pensar en un canal que suscite cercanía entre los distintos locales, refuerce valores, comparta objetivos, e invite a vivir cotidianamente nuestro propósito como marca de **Generar buenos momentos siendo nosotros mismos**. Como respuesta, Comunicaciones Internas creó una solución digital a través de la plataforma Instagram. Así es como **en el año 2019 nace Comunidad Cool, un canal de comunicación directa con Operaciones** que hasta ese momento no existía. Elegimos Instagram para **vincularnos con nuestra audiencia joven (centennial)** porque nos permite compartir un mismo código. La cuenta es abierta y cualquier persona puede visitarla. Allí, creamos una comunidad con un fuerte sentido de pertenencia para la compañía, en donde diariamente promovemos nuestra cultura, y motivamos a nuestros colaboradores. En este canal, se comunican todos los beneficios, promociones, convocatorias a programas internos, sorteos, desafíos o #challenges que potencian la creatividad y además, ofrece la posibilidad de ver y conocer a otros colaboradores del país.

Durante estos primeros años, **Comunidad Cool logró convertirse en un espacio de visibilidad y manifestación** para esa audiencia interna joven que se convirtió en vocera de casos e historias destacadas. **Un espacio relevante de conversación que genera un storytelling co-construido**. La retroalimentación potencia nuestra forma de vincularnos porque adiciona a nuestra comunicación la posibilidad de generar interacciones al instante y mantener la **escucha activa como una herramienta para estar conectados, mostrando transparencia y potenciando nuestra marca empleadora**.



Comunidad   
**COOL**



## 2) PROPUESTA / ENUNCIADO DE CAMPAÑA

### Comunidad Cool, un canal donde la comunidad es la voz

- Generar cercanía entre la comunidad de Operaciones de los locales
- Comunicar de forma efectiva los mensajes claves de la compañía, nuestros objetivos y resultados.
- Potenciar el *engagement* logrando una conexión entre Arcos Dorados y los 17.000 colaboradores que se encuentran en 223 locales de todo el país.
- Generar un **espacio bidireccional, ágil, transparente y dinámico** donde poder realizar una **escucha activa de sus necesidades, realidad y coyuntura**.
- Potenciar nuestro propósito y promover nuestra *Cooltura de Servicio* para contribuir a generar el mejor lugar para trabajar (potenciando nuestra marca empleadora), y generando un buen clima en los restaurantes.
- Continuar siendo una marca aspiracional para los jóvenes, donde cada uno de ellos se sientan representados.

#### Público objetivo:

Se trata de **jóvenes de 16 a 24 años** para los que **McDonald's es su primera experiencia de trabajo**. Cada año se postulan entre 15.000 y 20.000 personas. **De sus actuales 17.000 colaboradores, el 85% tiene menos de 25 años y el 95% son estudiantes**. Por haber nacido después del año 2000 a estos jóvenes se los considera "centennials", una generación que hoy está estudiando, intentando insertarse de a poco en el mundo laboral y que no conoce la vida sin la tecnología digital e internet. Arcos Dorados representa una de las opciones de empleo predilectas para estos jóvenes ya que pueden acomodar sus horarios para estudiar. Eso es algo muy ponderado porque hay pocas empresas que otorguen este beneficio. También conocidos como "generación Z" son, junto con los "millennials", mayoría demográfica a nivel mundial desde el año 2020. Para



Comunidad  
**COOL**



comunicarse con ellos es necesario compartir su lenguaje, más visual e intuitivo que las generaciones anteriores y en este sentido Instagram aparece como el canal ideal para hacerlo ya que es una App que está instalada en el uso cotidiano de nuestra audiencia y en sus dispositivos.

Desde su lanzamiento, se han llevado a cabo diferentes estrategias para generar tráfico hacia la cuenta de Instagram. Por un lado, está el tráfico orgánico, el boca en boca que fue muy potente entre colaboradores teniendo en cuenta que es una generación que consume y genera opinión informándose a través de las reseñas de otros usuarios. Por el otro, se llevó a cabo una campaña de comunicación hacia dentro de los locales para generar curiosidad, impacto y un mayor número de seguidores. Actualmente, **Comunidad Cool tiene más de 12.500 seguidores y su alcance supera +70 k.**

**El mensaje que transmite Comunidad Cool** es una invitación a participar de un espacio donde se puede ser uno mismo, estar conectado con otras personas y ser parte de nuestra transformación cultural. **Un canal donde la comunidad es la voz.**

#### Canal de comunicación: Instagram

Ya hemos mencionado algunas cuestiones en relación al canal pero podríamos adicionar la siguiente información:

En 2023, Instagram continúa siendo una plataforma relevante y popular para la comunicación interna de las empresas. Una organización como **Arcos Dorados reconoce la importancia de mantener a sus colaboradores comprometidos y conectados** y aprovecha las tendencias de Instagram para fortalecer la comunicación interna a través de contenido auténtico y humano, de historias cotidianas que pertenecen a los locales, **cediendo la voz protagonista a los colaboradores, construyendo una conversación digital colectiva**, instalando hashtags y generando tendencias a través de *influencers* internos y externos a la compañía.



Comunidad  
**COOL**



### 3) DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN

Para Arcos Dorados es muy importante compartir con todos sus colaboradores nuestra **Cooltura de Servicio**, que es lo que somos y nos identifica. Es la forma a través de la cual compartimos el placer por lo que hacemos y que nos permite mejorar siendo nosotros mismos. Siempre buscamos la excelencia, superarnos y sobre todo, vivir grandes experiencias. Todos hacemos nuestra Cooltura y nuestra Cooltura está en todo lo que hacemos. En este sentido, Comunidad Cool nos permite ofrecer contenido genuino: mostrar la cultura interna y la vida cotidiana en el lugar de trabajo. También, publicamos fotos y videos que destacan a nuestros colaboradores, eventos internos, logros del equipo y momentos divertidos. **Esto fomenta todos los días el sentido de comunidad entre los equipos.**

Las historias de Instagram, que desaparecen después de 24 horas, se han vuelto muy populares en Comunidad Cool. Los colaboradores comparten su día a día, noticias, anuncios importantes y momentos detrás de escena a través de las historias etiquetando a la cuenta. **Esto permite una comunicación nutrida de voces que narran a la compañía desde lugares diversos.**

Además, la compañía está identificando dentro de la organización a personas con impronta influyente, fomentando la colaboración con ellas a través del Instagram de Comunidad Cool. Estos voceros pueden crear contenido relacionado con la empresa, compartir historias de éxito, ofrecer aprendizajes y generar interés en la cultura corporativa. **Esto no sólo fortalece la comunicación interna, sino que también contribuye a atraer talento externo.**

En este canal **los colaboradores pueden acceder a importantes descuentos en universidades, cursos para aprender idiomas, gimnasios, supermercados, en entre muchos otros.** Entre las acciones que más generan interés en la comunidad, están los sorteos para participar de show con talentosos artistas, entradas para el palco de McDonald's en el Movistar Arena y eventos exclusivos con influencers como el Lollapalooza, aperturas de locales, lanzamientos de nuevas hamburguesas, etc.



Comunidad   
**COOL**



### Desafíos y aprendizajes:

En 2020, en la **pandemia, especialmente durante el aislamiento, Comunidad Cool cobró una relevancia inesperada**. Por ese espacio podíamos compartir, a lo largo y ancho del país, cómo estábamos y qué estaba sucediendo. Esencialmente, **nos permitió seguir conectados**. Fue a pesar de esa circunstancia y también gracias a ella que logró instalarse como el canal más cercano y confiable para esta comunidad. En este período, **llegamos a más personas, triplicando nuestro *engagement* y la cuenta evolucionó dando un paso agigantado**.

**Uno de los aprendizajes más importantes que se ha revelado en este camino tiene que ver con la interacción**. Al principio, y por un tema de cuidado de imagen de marca, la cuenta no estaba abierta a comentarios y las publicaciones, sólo tenían el mensaje emisor. Sin embargo, la necesidad de interacción se volvió palpable y la apertura a comentarios fue inminente. Para Comunidad Cool significó un antes y un después ya que permitió que los colaboradores pudieran participar con su propia voz y esto trajo consigo una serie de ventajas significativas. Aquí, hay algunas de ellas:

- Fomenta la **interacción y crea un sentido de pertenencia** que enriquece a la comunidad y promueve un mayor compromiso.
- Genera **confianza y transparencia abriendo un espacio para el diálogo abierto**. Esto construye confianza tanto entre los colaboradores como entre la comunidad en general. Los comentarios abiertos permiten a los colaboradores expresar su voz y contribuir a la discusión, lo que a su vez fortalece la relación entre la marca y sus seguidores.
- **Una retroalimentación valiosa**: los colaboradores son parte integral de la comunidad y tienen conocimientos y perspectivas únicas sobre los productos, el servicio, los clientes. Al abrir los comentarios, se brinda la oportunidad de recibir opiniones, sugerencias y críticas constructivas que pueden ayudar a mejorar y adaptar las estrategias de la marca. Además, se alienta la generación de contenido



Comunidad  
**COOL**



por parte de los usuarios. Los comentarios pueden convertirse en testimonios, preguntas, ideas para nuevas publicaciones o incluso en inspiración para futuros proyectos.

## 4) RESULTADOS

### Algunos resultados históricos:

- 12.500 seguidores
- **Engagement del +30% vs. el 0,63% de una cuenta promedio de Instagram con 10.000 a 100.000 seguidores según el informe de Metricool 2022**
- **Alcance de 70.000 personas**
- 1,5 millón de impresiones

**Además, obtuvimos un récord en Encuesta de Clima:** con un nivel de satisfacción de 94.7% entre los crew colaboradores y un 97.7% entre los Gerentes de Negocio. **Alcanzamos la mejor encuesta de satisfacción de los últimos 5 años en Argentina.**

**Atraemos talento: recibimos más de 100 consultas de manera orgánica de potenciales colaboradores.**

**Comunidad Cool ha contribuido con la mejora de la reputación externa:** en la encuesta de HOT de Marca Empleadora superamos en un +1.3% vs 2021 el atributo buen empleador.

Y también, logró **mejorar la reputación interna, conectando a las personas con el negocio e impactando positivamente en los resultados del mercado** difundiendo objetivos, resultados y reconocimientos a través de competencias y desafíos para incentivar las ventas. **Como resultado, en Argentina, 51 locales rompieron su récord histórico de ventas.**

### Algunos testimonios:



Comunidad   
**COOL**



*"Gracias a Comunidad Cool que nos permite poder mostrar todos los buenos momentos que vivimos en cada local".*

*"Soy Gerente y me encanta la motivación que nos dan: oportunidades, becas, encuentros, juegos y sorteos. Cuando entré, tenía 16 años y puedo ver todo lo que creció. Son mi ejemplo para motivar al turno todos los días. ¡Gracias!"*

*"Siento que por fin estoy en un trabajo donde puedo ser yo misma y se trabaja con alegría".*

*"Gracias a ustedes puedo conocer a colegas en otros locales del país y aprender más"*

Hoy, Comunidad Cool es el principal canal de Comunicación Interna para nuestros colaboradores en los locales y sin dudas ha sido, y sigue siendo, una gran apuesta. Todos los días hay una nueva historia, todos los días se comparten **Buenos momentos siendo nosotros mismos**. De eso se trata McDonald's. De eso se trata Comunidad Cool: **un canal donde la comunidad es la voz**.