



## **McDonald's presenta la campaña *Get Ready with McDelivery*, que ofrecerá ítems exclusivos de la marca para disfrutar en casa**

*Del lunes 30 de agosto al miércoles 1° de septiembre, los clientes que hagan un pedido de McDelivery exclusivamente por la App de la marca, tendrán la posibilidad de recibir, junto a su pedido, un regalo para "lookearse" en modo entrecasa con ítems únicos. Participarán los pedidos que superen los \$1300, en todas las localidades donde ya se encuentra disponible este servicio exclusivo de la App de McDonald's, que ya cuenta con casi 9 millones de descargas.*

**Buenos Aires, 27 de agosto de 2021.** El segmento de delivery de McDonald's continúa creciendo y ofreciendo diversas alternativas para seguir cerca de sus consumidores con nuevas propuestas. Desde el 30 de agosto a 1° de septiembre, todas las compras que hagan los clientes en McDelivery a través de la app - superiores a \$1300 - tienen premio. La campaña #GRWM (Get Ready with McDelivery) nació de una tendencia que es un éxito en redes sociales que se trata de "prepararte para salir" bajo la atenta mirada de tus followers.

Desde el 30 de agosto, los usuarios de la app que decidan pedir a través de McDelivery, podrán vestirse para comer en casa junto a las mejores prendas de McDonald's. Los clientes podrán llevarse **un ítem exclusivo del merchandising de la marca para prepararte para comer en casa.** Con prendas que hacen a un look trendy y canchero, hacé de tu delivery con McDonald's una celebración especial.

Podrás participar con tu compra por regalos súper originales como medias, big pants, remeras y/o llaveros. Las compras superiores a \$1300 participan por alguno de estos obsequios. Además, del 2 al 5 de septiembre, podrás participar en un sorteo exclusivo por un kit de accesorios completo.

*"Siempre buscamos opciones para seguir cerca de nuestros consumidores; no solo con beneficios o descuentos. Tratamos de ir con activaciones que realmente no solo sean una sorpresa, sino que también sean innovadoras: sabemos que el merchandising de McDonald's es un éxito y que es súper valorado por nuestros clientes. Además, en la búsqueda de nuevas activaciones pensamos en alinearnos a una tendencia que es furor en RRSS. Si salir a comer afuera – y toda la previa - es un momento que compartimos con los demás, ¿por qué no pensar que pedir en McDonald's y disfrutar en casa también lo es?"* afirma Leandro Di Gregorio, Gerente de Marketing de Arcos Dorados Argentina.



### **#McDelivery en la Argentina**

Actualmente la app McDelivery es la vía de comunicación de la marca más importante, incorporando también beneficios exclusivos, horarios y direcciones de todos los locales, información del menú, y contenidos y promociones o beneficios exclusivos. La App ofrece también la opción “Pedí y Retirá” que permite a los clientes adelantar su pedido desde donde estén, pudiendo elegir e incluso pagar los productos para solo acercarse al local a retirarlo por mostrador o AutoMac.

Los servicios de McDelivery, Pedí y Retirá, y AutoMac se convirtieron también en la “nueva realidad”, en opciones seguras y rápidas para vivir una experiencia diferente, y continuar disfrutando los productos de McDonald’s. El segmento de McDelivery, al igual que todos los canales de venta de la marca, se encuentra alineado a los procesos establecidos por McProtegidos, un nuevo concepto creado desde la compañía desde que comenzó la pandemia en todos los locales del país que garantiza la mayor seguridad, buscando minimizar el contacto con el cliente, respetando la distancia social e incorporando nuevos protocolos como el uso de tapabocas y máscaras acrílicas de los colaboradores, colocación de acrílicos en puntos de contacto como las cajas y las ventanillas de AutoMac, entre otros.

### **Acerca de Arcos Dorados**

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, entre unidades propias y de sus sub-franquiados, que juntas emplean más de 100 mil personas (*datos de 30/06/2021*). 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)