



Coca-Cola Argentina



Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes

Coca-Cola Argentina, McDonald's y la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes presentan "Museo en Movimiento", una propuesta de arte para todos

Bajo el concepto "Museo en Movimiento", McDonald's exhibirá obras de artistas que integran la colección del Museo Nacional de Bellas Artes. La iniciativa, impulsada junto a Coca-Cola, se podrá disfrutar exclusivamente pasando por AutoMac en cualquier medio de movilidad.

Buenos Aires, 4 de marzo 2021. Con el objetivo de ofrecer una experiencia diferente a través del segmento de AutoMac, y en consonancia con los nuevos hábitos de los argentinos, que incluyen nuevas formas de movilidad como bicicletas, rollers y monopatines para realizar actividades, **McDonald's**, junto con el apoyo de **Coca-Cola Argentina**, se unió a la **Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes** para difundir a grandes artistas y acercar parte de la Colección Museo Nacional de Bellas Artes a los clientes que pasan a diario por AutoMac. El primer local de McDonald's en contar con esta intervención está ubicado en Av. Maipú 2767, Olivos y las cuatro obras seleccionadas están disponibles desde el 5 de marzo.

El propósito de esta iniciativa es generar un momento único para los clientes de AutoMac, un segmento que McDonald's lidera en el país y que continuó creciendo debido a la pandemia, llegando al millón de vehículos que compraron por esta vía solo en el mes de diciembre de 2020. Gracias a la alianza con la **Asociación de Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes**, la marca buscó sumar un valor agregado a los clientes que se acercan con sus vehículos, ofreciéndoles acceso al patrimonio cultural nacional alojado en el Museo Nacional de Bellas Artes y haciendo que su experiencia de compra sea entretenida e innovadora. Esta primera edición consiste en la intervención de las paredes del local de AutoMac ubicado en Olivos, con gigantografías de obras de grandes artistas como Víctor Cúnsolo, Martín Malharro, Benito Quinquela Martín y Américo Panozzi, entre otros, quienes se han inspirado en paisajes representativos de Argentina.

De esta manera, los clientes que pasen por el AutoMac, no solo podrán disfrutar de sus combos preferidos, sino también podrán viajar por Argentina a través de la selección de obras de la colección del Museo Nacional de Bellas Artes. Asimismo, a través de un código QR, quienes visiten la intervención tendrán acceso a más información sobre las obras y sus artistas.

"Lo que hemos venido trabajando desde la compañía es un gran cambio en AutoMac, que no se trata solamente de incorporar a clientes que puedan venir en bicicleta, skate, monopatín o en las ruedas que quieran. Se trata de ser cada vez más activos como parte de la comunidad, porque somos parte de las ciudades que estamos resignificando entre todos y como marca ofrecemos momentos únicos a quienes habitan en ellas según sus gustos y preferencias. En esta búsqueda elegimos a la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, un gran aliado para ofrecer una nueva experiencia a nuestros clientes, mientras pasan por AutoMac." declaró Elizabeth Porth, Directora Corporativa de Marketing de Arcos Dorados.



Coca-Cola Argentina



Amigos del Bellas Artes

“Acompañamos las iniciativas de un socio clave como McDonald’s en la innovación que en este caso viene de la mano de una propuesta cultural. Ser parte de una acción que lleva el patrimonio nacional a las calles es una experiencia que renueva y enriquece la forma de apreciar el arte”, explica Mariele Alvarez, Directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sustentabilidad de Coca-Cola de Argentina.

“Uno de los principales objetivos de nuestra Asociación Amigos consiste en dar a conocer el Museo Nacional de Bellas Artes como institución emblemática de nuestro país e interiorizar a toda la comunidad sobre las obras que conforman su colección y que son patrimonio de todos los argentinos” dice Julio César Crivelli, presidente de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes. “Esta campaña, que llamamos “Museo en Movimiento” y que estamos llevando adelante junto a McDonald’s, nos permite difundir tanto al Museo como parte de sus obras y así cumplir con nuestra misión con calidad y excelencia. Esta es sin duda una estrategia innovadora para el desarrollo de nuevos públicos que reafirma a la vez el compromiso del sector privado con la cultura”.

Movete como quieras

En Argentina las nuevas formas de movilidad ganaron terreno en el último año debido al contexto de la pandemia. Según un estudio realizado por Google Maps durante la cuarentena, la bicicleta fue el medio de transporte que más creció en términos de popularidad en Argentina. Las solicitudes de recorridos en bici en Google Maps aumentaron en un 83% de 2019 a 2020 (y Buenos Aires presentó un aumento del 98% en las consultas de opciones de ruta), mientras que las vinculadas a transporte público disminuyeron en un 53%. A fines del 2020, las personas eligieron volver a trasladarse de formas más seguras evitando el transporte público y, a su vez, priorizando las actividades al aire libre para reunirse con familiares y amigos. De esta manera, bicicletas, skates, rollers, motos y monopatines se volvieron aliados indispensables para transportarse.

En esta línea y bajo el concepto *“Movete como quieras”*, nace la propuesta por parte de McDonald’s, en donde la marca invita a todos los clientes a venir en cualquier transporte para disfrutar de los combos de la marca por AutoMac.

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 2.200 restaurantes, entre unidades propias y de sus sub-franquiciados, que juntas emplean más de 100 mil personas (*datos de 30/9/2020*). 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



Coca-Cola Argentina



Amigos del Bellas Artes

Acerca de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes

La Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes es una asociación civil sin fines de lucro pionera en Argentina con casi 90 años de trayectoria, cuya misión principal es apoyar al Museo Nacional de Bellas Artes, transformando los aportes privados en patrimonio de todos los argentinos; por otro lado, cumple con el objetivo de difundir el arte y la cultura fomentando una actitud responsable y participativa en la preservación de nuestro patrimonio cultural, encontrándose su misión orientada a contribuir al crecimiento de las colecciones y colaborar en sus actividades de conservación, exhibición y difusión del arte argentino e internacional. En este marco, la Asociación colabora con el Museo Nacional de Bellas Artes en la realización de exposiciones, la prestación de servicios que complementan las actividades del Museo, la adquisición de nuevas obras y el mantenimiento del edificio, como así también en la edición de catálogos, con el claro objetivo de promover al enriquecimiento cultural de la comunidad. Además cuenta con una amplia oferta de actividades culturales y educativas, reconocidas por su nivel y excelencia, entre las cuales se destacan los cursos de historia del arte, historia de la literatura, talleres de dibujo y pintura, cine, programas para jóvenes y niños y edición de publicaciones. Para más información: <https://aamnba.org.ar/>

Acerca de Coca-Cola

The Coca-Cola Company es una Compañía Integral de Bebidas, que ofrece más de 500 marcas en más de 190 países. Nuestro portafolio incluye algunas de las marcas de bebidas más valiosas del mundo, como Sprite, Fanta, jugos y néctares Minute Maid, jugos y néctares Del Valle jugos y batidos Innocent, jugos Simply, Powerade, Dasani, agua mineralizada GÉAU smartwater, GLACÉAU vitaminwater, té verde Ayataka, café Georgia, té y cafés Gold Peak, té Honest, agua de coco ZICO, entre otros.

En Argentina la Compañía opera hace más de 78 años junto a sus 4 socios embotelladores: Arca Continental, Coca-Cola Andina, Coca-Cola Femsa y Reginald Lee, que en el país comercializan las reconocidas marcas de la Compañía: Coca-Cola, Sprite, Fanta, Cepita Del Valle, Aquarius by Cepita, Bonaqua y Kin, entre otras.

La ampliación constante e innovación del portafolio caracterizan a la Compañía: Desde la reducción de azúcar en las recetas hasta la comercialización de productos innovadores. Además, pone el foco en reducir el impacto ambiental mediante la conservación del agua y la promoción del reciclaje. Junto a sus socios embotelladores, el Sistema Coca-Cola y su cadena de valor generan más de 200.000 empleos en todo el país, brindando oportunidades económicas a comunidades locales en todo el mundo. Obtenga más información en Coca-Cola Journey ingresando en www.cocacoladeargentina.com.ar o a través de sus Redes Sociales en Twitter @CocaColaCoAr, Facebook: Coca Cola de Argentina y LinkedIn.