



PREMIOS EIKON CHILE 2026

Cajita Feliz Libro El Chavo

CATEGORÍA: 12.0 Lanzamiento de producto

EMPRESA: Arcos Dorados Chile



LA LECTURA INFANTIL SIGUE SIENDO UN DESAFÍO EN CHILE



Según datos de Agencia de Calidad Nacional, 6 de cada 10 estudiantes reportan baja mediación lectora familiar.



De acuerdo al SIMCE 2025, el 44% de los estudiantes de 8° básico tienen un nivel insuficiente de comprensión lectora.



Un estudio publicado en revista Medwave indica que en Chile los niños sobrepasan el tiempo recomendado frente a pantallas, **con más de 5 horas al día en promedio.**

NUESTRA OPORTUNIDAD

TRANSFORMAR UN LANZAMIENTO DE PRODUCTO EN
UNA CONVERSACIÓN FAMILIAR SOBRE LA LECTURA

Arcos Dorados identificó una oportunidad única en el lanzamiento de la colección Cajita Feliz El Chavo: aprovechar uno de los **personajes más reconocidos de Latinoamérica** para **acercar la lectura infantil** a las familias desde la nostalgia.

La capacidad de El Chavo para conectar generaciones permitía convertir la nueva colección en una conversación familiar, reforzando el valor de la lectura como una experiencia cotidiana, entretenida y accesible para niños, niñas y sus cuidadores.



Los libros de **el Chavo** llegaron a Cajita Feliz

¡Sin querer queriendo,
nos divertimos leyendo!

NUESTRA PROPUESTA

**“SIN QUERER QUERIENDO, NOS
DIVERTIMOS LEYENDO”**

Posicionar el lanzamiento de Cajita Feliz El Chavo como una conversación cultural y familiar, utilizando una estrategia digital basada en influencers, contenidos audiovisuales y amplificación mediática para conectar lectura, nostalgia y experiencias compartidas.



Público objetivo

- Niñas y niños
- Familias
- Clientes de McDonald's
- Fanáticos de El Chavo.





DE LA OPORTUNIDAD A LA ACCIÓN

- 01** — **Implementación de la propuesta**
segunda semana de febrero, dando indicios en redes sociales sobre la próxima colección de libros
- 02** — **Lanzamiento Colección de Libros El Chavo**
Tercera semana de febrero, con amplio despliegue de contenido en diferentes plataformas.
Oportunidades futuras
- 03** — La colección es una de las múltiples acciones de Arcos Dorados en su compromiso con la lectura, pudiendo ser parte de futuras campañas al respecto.

OBJETIVOS

1

Posicionar el lanzamiento como una experiencia familiar y cultural

Instalar Cajita Feliz El Chavo como una iniciativa asociada a lectura, entretenimiento y conexión intergeneracional.

2

Generar conversación digital y mediática

Amplificar el alcance y notoriedad de la campaña mediante influencers, medios y contenidos digitales

3

Fortalecer el aporte a la lectura de Arcos Dorados

Reforzar su aporte al fomento lector infantil como parte de la estrategia Receta del Futuro.

4

Movilizar audiencias internas y externas

Involucrar colaboradores, influencers y medios para potenciar la difusión orgánica de la campaña.

5

Activar el interés mediático y cultural de la licencia

Impulsar cobertura editorial aprovechando la relevancia y vigencia de El Chavo.

ESTRATEGIA





CLICK PARA VER VIDEO



EJECUCIÓN

Acciones clave



Generación de expectativa

Se desarrolló una campaña teaser junto a influencers, quienes compartieron lecturas de fragmentos de los libros y contenidos de El Chavo para anticipar la llegada de la colección.



Lanzamiento digital

La colección Cajita Feliz El Chavo fue presentada a través de las redes sociales de McDonald's Chile y publicaciones colaborativas con los creadores de contenido Carla Herondale, Imsirmarty, Momisidora, Herma Arrieta y Mundo Chespirito, destacando la lectura compartida y el tiempo de calidad en familia.



Amplificación de contenidos

La campaña incorporó piezas audiovisuales, un video hero y un plan de medios orientado a generar cobertura en plataformas vinculadas a familia, cultura, entretenimiento y tendencias.



Comunicación interna y advocacy

Se activó a los colaboradores de Arcos Dorados Chile mediante contenidos en Somos Cooltura y comunicaciones internas, incentivando la difusión orgánica y amplificación de los mensajes de campaña.

RESULTADOS EN MEDIOS

15 mill

en PR Value por menciones orgánicas y
pagadas en medios

49

Notas de TV y prensa

356 mil

personas alcanzadas por apariciones en
medios pagadas y orgánicas

RESULTADOS DIGITALES

20

publicaciones en redes sociales
asociadas al lanzamiento de la campaña

+380.000

Personas alcanzadas en redes sociales

15 mill

en PR Value por menciones orgánicas y
pagadas en medios

5

Colaboraciones con creadores de
contenido

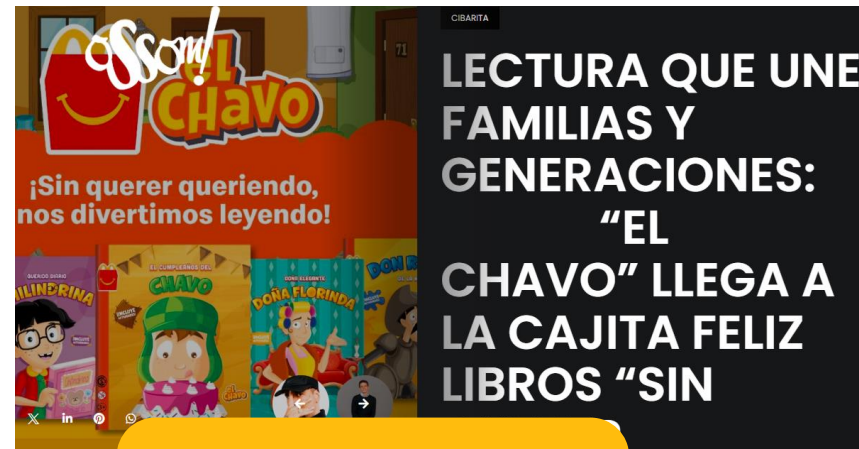
328

interacciones en publicación de canal
interno de IG @SomosCooltura

NOTAS DE PRENSA



[CLICK PARA VER NOTA](#)



[CLICK PARA VER NOTA](#)



[CLICK PARA VER NOTA](#)

REDES SOCIALES



[CLICK PARA VER VIDEO](#)



[CLICK PARA VER VIDEO](#)



[CLICK PARA VER VIDEO](#)



[CLICK PARA VER VIDEO](#)



PREMIOS EIKON CHILE 2026

Cajita Feliz Libro El Chavo

CATEGORÍA: 12.0 Lanzamiento de producto

EMPRESA: Arcos Dorados Chile

