



FEP 2025 McDonald's trae la mejor playlist: sabor, diversión, sustentabilidad y oportunidades para jóvenes

McDonald's Colombia reafirma su compromiso con la sostenibilidad en el Festival Estéreo Picnic 2025, destacando su participación en iniciativas de economía circular, reciclaje y reducción de residuos. Además, ofrece oportunidades laborales a jóvenes y presenta una experiencia innovadora con productos exclusivos, un programa de fidelización, juegos interactivos y un servicio de pedidos a mesa.

Bogotá, abril 2025 – Arcos Dorados, la empresa que opera la marca McDonald's en Colombia, reafirma su compromiso con la sostenibilidad con su participación en el Festival Estéreo Picnic (FEP) 2025, uno de los eventos culturales más importantes de América Latina. Además de traer una oferta gastronómica innovadora, oportunidades para jóvenes y beneficios exclusivos, a través de iniciativas de economía circular, la compañía se suma a los esfuerzos del festival por impulsar el cuidado del medio ambiente, incluyendo también una política de "plástico cero" en las entregas de su menú.

"En Arcos Dorados, estamos convencidos de que la sostenibilidad es esencial para el futuro. Por eso, seguimos impulsando iniciativas que minimicen la generación de residuos y fomenten una cultura de reciclaje. Con estas acciones buscamos educar, inspirar y generar un impacto positivo en las comunidades en las que operamos", afirma Héctor Orozco, presidente de Arcos Dorados para Colombia.

McDonald's aporta desde su operación a un festival más sostenible

McDonald's Colombia reconoce que el ciclo de las entregas del menú no finaliza cuando las personas terminan de comer. Por ello, como parte de su estrategia socioambiental *Receta del Futuro*, creó el programa Hazlo Circular, una iniciativa que, en colaboración con *Amazóniko*, busca garantizar la recolección de los materiales aprovechables generados en los hogares inscritos. Esta acción se extendió durante el festival, con el objetivo de darle una segunda vida a los residuos del evento.

A través de puntos de acopio en forma de arcos dorados, los asistentes al FEP pudieron reciclar correctamente residuos aprovechables durante los cuatro días del encuentro musical, reduciendo así el impacto ambiental de eventos a gran escala como estos. Además, los empaques utilizados en su menú fueron 100% derivados de fuentes sustentables, con certificación FSC, que garantiza que el material empleado proviene de fuentes sustentables.

Estas acciones se suman al esfuerzo continuo de la compañía en el desarrollo de infraestructura de reciclaje y en la promoción de buenas prácticas ambientales, tanto dentro como fuera de sus restaurantes. Entre ellas se incluyen la recuperación de aceites de cocina



al final de su ciclo de vida para producir biodiesel, la reutilización del agua condensada de los sistemas de aire acondicionado para el lavado de fachadas y el riego de jardines, así como su participación en pluggins ecológicos en las comunidades donde opera.

Generación de oportunidades para los jóvenes

El Festival Estéreo Picnic también fue un espacio para el desarrollo de talento joven. Durante el evento, McDonald's contó con un equipo de 200 colaboradores de diferentes regiones del país, en su mayoría jóvenes menores de 24 años muchos de ellos en su primera experiencia laboral formal.

“Los jóvenes son el motor del cambio. Al brindarles oportunidades de empleo formal, no sólo impulsamos su desarrollo profesional, sino que también fortalecemos la economía local y fomentamos la construcción de nuevos liderazgos”, destacó Héctor Orozco, Director General de Arcos Dorados Colombia.

Innovación, diversión y beneficios exclusivos

Como una de las marcas patrocinadoras del FEP 2025, McDonald's también llegó con una experiencia que combina innovación, tecnología de fidelización, servicio personalizado, cuidado medioambiental y diversión. Tuvo presencia con dos restaurantes (uno principal y un kiosco especializado en papas y helados), además de una McMóvil para ampliar su cobertura durante el evento. Los asistentes pudieron disfrutar de productos exclusivos como el Float de Coca-Cola (la clásica mezcla de helado y gaseosa) y el McFlurry M&M's en color morado, creado especialmente para esta edición del festival; acompañado de una experiencia divertida con la marca M&Ms.

Como parte del lanzamiento del programa de fidelización McDonald's Loyalty, los clientes pudieron acumular el doble de puntos y canjear al instante. En la zona interactiva de la marca, los visitantes del festival disfrutaron gratuitamente de juegos en los que ganaron y canjearon por premios.

La experiencia se complementó con un servicio de pedidos a mesa a través de 80 mesas con stickers QR en la plazoleta principal de comidas. Los asistentes pudieron escanear, ordenar y recibir sus pedidos en su lugar. Con esta propuesta, McDonald's premió la fidelidad de sus clientes, creando una conexión más cercana entre el consumo y los beneficios, tanto durante el festival como en futuras experiencias.

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 2.400 restaurantes, entre unidades propias y de sus



franquiciados, que juntas emplean más de 100.000 personas (datos de 31/12/2024). La empresa también está comprometida con el desarrollo de las comunidades en las que opera, con ofrecer a los jóvenes su primera oportunidad de empleo formal y con utilizar su Receta del Futuro para lograr un impacto medioambiental positivo. 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