



*Nombre del Alumno: MIGUEL ANGEL PEREZ GORDILLO*

*Nombre del tema: ANÁLISIS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA EMPRESA*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACION*

*Nombre del profesor: GERARDO GARDUÑO*

*Nombre de la Licenciatura: ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NOGOCIOS*

*Cuatrimestre: PRIMER CUATRIMESTRE*



MC DONALDS

McDonald's es una de las cadenas de comida rápida más famosas del mundo. Este restaurante de comida americana fue fundado hace setenta y cinco años, en 1940, por dos hermanos Richard y Maurice.

El primer puesto de McDonald's fue un local de barbacoa, que se abrió en San Bernardino, California.

Después de ocho años, se convirtió en un restaurante de comida rápida, que más tarde fue adquirido por el vendedor de Multimixer Ray Kroc. En 1955, puso en marcha su primera franquicia en Des Plaines, Illinois, transformándola poco a poco en una empresa propiamente dicha.

En la actualidad, McDonald's Corp. es una de las diez principales marcas internacionales que gestiona miles de franquicias en casi todo el mundo, como Australia, Canadá, Francia, Alemania, Reino Unido, China, Italia, Corea, Polonia, Rusia, España, Suiza, Países Bajos y muchos otros países del mundo.

## FORTALEZAS

### FORTALEZAS

- 1. Las patatas fritas de McDonald's están consideradas las más sabrosas del sector de la comida rápida**
- 2. McDonald's: una empresa inmobiliaria: Muy poca gente sabe que, además de vender hamburguesas y patatas fritas, McDonald's tiene un imperio inmobiliario multimillonario. Imagina tener miles de locales de primera calidad en todo el mundo.**
- 3. Iniciativas tecnológicas: McDonald's está adoptando iniciativas tecnológicas revolucionarias para hacer realidad su sueño de «experiencia del futuro». Iniciativas como la implementación del autoservicio con quioscos, el pedido móvil y los sistemas de pago están beneficiando la imagen de McDonald's como el (restaurante del futuro)**
- 4. Adquisiciones tecnológicas: La última adquisición de la empresa, «Dynamic Yield», es un paso más hacia la mejora del marketing personalizado y las personalizaciones.**
- 5. El mayor valor de marca en las marcas de comida rápida: McDonald's goza del privilegio de ser la marca de comida rápida más valiosa del mundo, con un valor de marca de 126.040 millones de dólares en 2018.**
- 6. Control de calidad y protocolos sanitarios mejorados: Se puede debatir sobre el sabor y la experiencia general del cliente, pero el estándar de calidad de McDonald's siempre ha sido su punto fuerte. La empresa aplica completos protocolos de calidad y seguridad alimentaria antes de comprar los ingredientes a terceros intermediarios.**
- 7. Líder en restaurantes de servicio rápido: Según Statista, McDonald's es la cadena de restaurantes de servicio rápido (QSR) líder en Estados Unidos en 2018, por las ventas de todo el sistema. La contabilidad de las transacciones de McDonald's encabezó la tabla con 38.520 millones de dólares en 2018.**

## DEBILIDADES

1. El modelo de negocio de las franquicias: McDonald's es el mejor ejemplo de los modelos de franquicia internacionales. Sin embargo, tener esta complicada red de restaurantes franquiciados y operados por la empresa expone a la marca a ciertos riesgos.
2. Interrupciones en la cadena de suministro: McDonald's, que es una de las cadenas de alimentación más activas, se enfrenta a menudo a problemas debidos a la interrupción de la cadena de suministro. Además, limita la disponibilidad de productos, que son fundamentales para las operaciones.
3. Falta de satisfacción de los empleados: Debido a las recientes revoluciones de los derechos de los empleados en todo el mundo y al aumento de los límites salariales, muchas organizaciones se han enfrentado a la insatisfacción crítica de los empleados.
4. existen mejores restaurantes con mejor precio y sabor: McDonald's ha perdido sabor en su comida y el precio de sus productos van a la alza
5. El CEO fue despedido: En noviembre de 2019, el CEO de McDonald's, Steve Easterbrook, fue despedido tras mantener una relación consentida con una empleada. Violó la política de la empresa. Además, la junta directiva de la compañía declaró que Steve había «demostrado un mal juicio».

## OPORTUNIDADES AMENZAS

1. **Comidas de valor: En 2018, McDonald's lanzó su menú Mix and match deal propuesto hacia sus consumidores conscientes del valor. El menú fue una adición exitosa, lo que resultó en un aumento de las ventas.**
2. **Productos innovadores: McDonald's debe esforzarse por introducir productos nuevos e innovadores en su menú para que los clientes los elijan en lugar de los nuevos establecimientos de comida rápida.**
3. **Expansión global: McDonald's domina los Estados Unidos, pero a menudo tiene dificultades en el mercado internacional. Sin embargo, la empresa tiene un gran potencial para continuar su expansión global centrándose más en los mercados internacionales que en los diferentes estados de América.**
4. **Reconstruir la imagen de marca: Mientras los restaurantes de comida rápida luchan por combatir la imagen de «centros productores de basura», McDonald's puede jugar inteligentemente continuando con sus agresivas iniciativas hacia, ofertas saludables y personalizadas.**

**5. Pedido móvil y McDelivery:** McDonald's ha iniciado una asociación con UberEats y Door dash para la entrega de comida en Estados Unidos. Estas iniciativas de pedidos y entregas móviles ayudan a McDonald's a alcanzar y satisfacer las necesidades siempre cambiantes de los clientes.

**1. Inversiones arriesgadas en iniciativas tecnológicas:** Aunque los cambios innovadores realizados por McDonald's tienen una perspectiva positiva, la

inversión en tecnología sigue siendo arriesgada.

**2. Competencia feroz de competidores como Burger King Chick-Fil-A Carl's Jr** son los competidores de McDonald's, mas fuertes de mcdonalds

**3. Amenaza cultural al operar en varios países:** Al ser una cadena global de comida rápida, McDonald's se ha enfrentado a menudo a múltiples amenazas culturales en diferentes partes del mundo, lo que ha perjudicado la imagen de la marca.

**4. Tendencias de comida rápida de la nueva era:** McDonald's suele considerarse de la vieja escuela con su menú y sabor tradicionales. En esta situación, cadenas de comida como Shake Shack y Wendy's aprovechan al máximo su menú y sus recetas, a menudo experimentadas, para incluir variedad

**5. Preocupación constante por el medio ambiente:** Como cualquier otro gigante de la alimentación, McDonald's se enfrenta a una inmensa presión para mejorar sus prácticas con el fin de minimizar los residuos, que provocan la

contaminación ambiental.

## principios

- **Calidad**

- Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos, desde los ingredientes hasta su preparación en el restaurante.

• **Servicio**

• El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir que su experiencia en los restaurantes sea excelente. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.

• **Limpieza**

• Los restaurantes McDonald's prestan una atención permanente a la limpieza e higiene de sus instalaciones.

• **Valor**

• Es el concepto equivalente de la mejor relación calidad-precio.

VISION

Nuestra  
**Visión**



“ Ser reconocidos por brindar diariamente la mejor experiencia en cada uno de nuestros restaurantes generando valor para nuestra gente y accionistas. ”

MISION

Nuestra  
**Misión**



“ Servir comida de calidad generando momentos deliciosos y accesibles para todos. ”

## VALORES

# Nuestros Valores



- Brindamos calidad, servicio y limpieza a nuestros clientes.
- Somos orientados al resultado con espíritu emprendedor.
- Promovemos la meritocracia y trabajo en equipo.
- Valoramos las diferencias y fomentamos la inclusión.
- Operamos con responsabilidad y ética.
- Contribuimos al desarrollo de las comunidades en las que operamos.

## FILOSOFIA

### Nuestra Filosofía en Comida



**En McDonald's estamos haciendo cambios en base a los comentarios y sugerencias de todos ustedes.**

Por eso es que trabajamos arduamente para preparar alimentos sabrosos con la filosofía de "menos es más". Pero ¿qué significa eso? Significa que usamos patties 100% de carne de res con solo una pizca de sal y pimienta. Significa que nuestro Egg McMuffin® es preparado con un huevo fresco. Y que en los EE.UU., nuestros filetes de pescado son de Alaskan Pollock proveniente de fuentes sostenibles. Significa también que usamos buttermilk auténtico en nuestro Buttermilk Crispy Chicken y que nuestros Chicken McNuggets® se preparan con carne blanca de pollo. Francamente significa esto: entre más sencillo, mejor.™

## OBJETIVOS

**“ser el lugar y la forma de comer preferidos de sus clientes. Y ser el restaurante de comida rápida con mas ventas y ganancias”**”, lo que obliga a dirigir esfuerzos y recursos para alcanzar el cien por cien de satisfacción de los consumidores en cada una de sus visitas a los restaurantes.

# POLITICAS

## POLITICAS

Una ética íntegra es buena para el negocio. en **McDonald's** nos ajustamos personalmente y conducimos nuestro negocio según estándares elevados de equidad, honestidad e integridad. Somos responsables tanto individual **como** colectivamente. Tomamos en serio las

Una ética íntegra es buena para el negocio. en **McDonald's** nos ajustamos personalmente y conducimos nuestro negocio según estándares elevados de equidad, honestidad e integridad. Somos responsables tanto individual **como** colectivamente. Tomamos en serio las responsabilidades que conlleva el liderazgo

responsabilidades **que** conlleva el liderazgo

- La rapidez será lo primordial en la atención al cliente.
- Los estándares de calidad se deberán mantener en cada establecimiento.
- Se deben centrar principalmente en la familia, es decir brindar un ambiente acogedor y familiar.
- La carne debe estar frita a la perfección.
- Cada hamburguesa preparada deberá tener dos pepinillos, un poco de cebolla y una cantidad exacta de cremas.
- Las papas deben ser fritas a 400° para que tenga el sabor deseado.
- Las órdenes que hacen los clientes para una hamburguesa deberá ser de 30 segundos.
- Los productos o servicios ofrecidos en todas las sucursales de McDonald deberán presentar la misma calidad y/o estándares.
- Se debe enfocar en aquellos productos que se venden más.
- Todo lo que se utilizará en la presentación de los productos deberán ser de papel y desechables.
- Los helados vendidos deberán ser fabricados con leche y no con saborizantes.
- Se debe mantener siempre limpio la cocina y el establecimiento, esto debe ser un estándar en todas las sucursales.
- El orden dentro de la cocina se deberá respetar por todos.
- Se deberá procurar contratar a personas jóvenes.
- Los empleados deben tratar muy bien a los clientes y estar presentables.
- Se debe aprovechar los tiempos de descanso para poder limpiar la cocina.

## METAS

▪  **aumentar la cuota y los beneficios del mercado y contribuir social y económicamente con los países, para alcanzar la satisfacción del 100% de la clientela.**



**En McDonald's estamos cambiando en base a lo que tú nos dices.**

Por eso, trabajamos arduamente con la finalidad de preparar comida sabrosa siguiendo la filosofía de "menos es más". Pero... ¿qué quiere decir eso cuando hablamos de ingredientes? Quiere decir que usamos patatas 100% de carne de res condimentados con una pizca de sal y pimienta. Quiere decir que nuestro Egg McMuffin® se hace con un huevo recién preparado. Y, en Estados Unidos, nuestros filetes de pescado son de Alaskan Pollock de fuentes sostenibles. Quiere decir que usamos auténtico buttermilk en nuestro Buttermilk Crispy Chicken y nuestros Chicken McNuggets® están hechos con carne blanca de pollo. Francamente todo esto quiere decir que "entre más sencillo, mejor".

## PROGRAMAS

A través de programas intensivos de capacitación práctica, McDonald's le muestra a cada Propietario / Operador cómo dirigir un negocio exitoso y construir un futuro brillante. •

### **Capacitar a todos los Propietarios/Operadores para el éxito**

• Mediante sus programas de capacitación práctica intensiva, McDonald's les enseña a todos sus Propietarios/Operadores cómo operar un negocio exitoso y construir un futuro próspero. Nuestro sistema de franquicias se basa en el concepto de que McDonald's puede ser exitoso solamente si nuestros Propietarios/Operadores son exitosos. Creemos en una relación de colaboración con nuestros Propietarios/Operadores, Proveedores y Empleados. Nuestro excepcional programa de capacitación podría ayudarte a ser un experto en operación de franquicias de restaurantes, dedicado a brindarles una experiencia superior a nuestros clientes día tras día.

### **• Lo más destacado del programa de capacitación**

- 12 a 18 meses de capacitación en un restaurante
- 20 horas semanales de capacitación autodirigida a tiempo parcial
- Seminarios, conferencias y sesiones de capacitación cara a cara con un instructor
- Éxito basado en la competencia
- Clases de capacitación para los operadores impartidas por instructores profesionales locales
- **Apoyo de primer nivel para las franquicias**
- El personal de Operaciones de Campo y Franquicias de McDonald's trabaja directamente contigo a partir del momento en que ingresas a nuestro programa de capacitación. Su labor primaria es asistir a los Propietarios/Operadores en la maximización de la calidad, el servicio y la limpieza, todo lo cual te ayuda a optimizar las ventas y las ganancias.

- McDonald's también brinda amplia asistencia en marketing, con publicidad galardonada de alcance mundial. Con la finalidad de mantener y aprovechar nuestra posición de liderazgo, requerimos que todos los restaurantes apliquen un mínimo del 4% de sus ventas brutas anuales a la publicidad y promoción del negocio. Los Propietarios/Operadores trabajan con agencias de publicidad locales y, en ciertos casos, producen su propio material creativo. Además, a través de una cooperativa voluntaria de operadores en Estados Unidos, conocida como Operator's National Advertising (OPNAD) Fund, la Empresa y sus Propietarios/Operadores colaboran para comprar publicidad en la televisión nacional. El poder adquisitivo combinado de los fondos ha ayudado a la creación de una marca mundial sin rival en la industria de los servicios de comida. Esto representa una ventaja incomparable para tu propia franquicia de restaurante McDonald's. McDonald's cuenta con un extenso sistema de capacitación que incluye Hamburger University, la cual brinda cursos completos de administración en 28 idiomas.
- El departamento de Cadena de Suministros de McDonald's ha desarrollado una extensa red con los mejores proveedores del mundo. McDonald's colabora estrechamente con nuestros proveedores para garantizar que los restaurantes cuenten con los productos de la más alta calidad a los precios más competitivos.

## ESTRATEGIAS

- 1. Innovación del menú:** Chris Kempczinski, Presidente de McDonald's en Estados Unidos, reveló que la prueba de su «Signature Sandwiches» – hamburguesas y sandwiches de pollo personalizables y más sofisticadas – y los inversores pueden estar seguros de que la compañía se concentrará más en sus innovaciones del menú por ejemplo ahora ofrece comida 100% orgánica y de calidad.
- 2. Renovaciones de tiendas:** McDonald's empezó la re-adquisición de 4.000 restaurantes de franquicia a finales de 2017. La compañía actualizó sus tiendas y agregó quioscos de autoservicio para pedidos y servicios de mesa a algunos de ellos, llevando el total de sus tiendas modernizadas a alrededor de 2.500.
- 3. Pedido digital:** Para mantenerse al día con los clientes modernos, especialmente las generaciones más jóvenes, el gigante de la comida rápida seguirá ampliando su plataforma móvil de pedidos y pagos. Si bien estuvo atrasada en este aspecto en comparación con sus competidores, la compañía lanzó el servicio en 20.000 restaurantes para finales de 2017.
- 4. Servicio a domicilio de McDonald's:** Más compañías también se están orientando hacia el servicio a domicilio, y McDonald's no es una excepción. Más de 3.500 de los restaurantes de la cadena, principalmente en Asia y Oriente Medio, ofrecen este servicio. La compañía quiere implementar esto en los Estados Unidos y actualmente está probando

varios modelos, tanto internos como a través de terceros.



¡¡¡GRACIAS!!!