

Estudio de Caso- McDonald's



Universidad Santo Tomás

Facultad de Psicología

Profundización en Psicología Organizacional (PFP)

Seccional, Villavicencio

2024

El presente recurso está bajo el dominio Creative Commons: Documentos de trabajo (working papers).

TITULO DEL PRODUCTO

Estudio De Caso - Análisis Mc Donalds.

NOMBRE DE LA DOCENTE

Alzate Navarro Angélica Mayerly

AUTORES

Acosta Rubio María José, Aguilar Clavijo Nadllah Valentina, Ávila Torres Xiomara, Chavarría Benjumea Yerson Alexander, Figueroa Beltrán Ana Sofía, Gaona Viatela Oscar David, Homez Sánchez Karol Valentina, Montoya Pulgarín Giselt Nataly, Parra Herrera Mariana, Peñalosa Orjuela Miguel Angel, Peña Vigoya Danna Sofía, Ramírez Baquero Juan Camilo, Rey Zaldúa Sofía del Pilar, Sarmiento Obando Paula, Torres Delgado Juan Esteban y Villalobos Rodríguez Karen Geraldine.

FECHAS DE APROBACIÓN DEL PRODUCTO: 25 noviembre de 2024

QUIEN LO APRUEBA: Angélica Mayerly Alzate Navarro, docente del espacio académico-profundización en Psicología Organizacional.

RESUMEN

El caso de McDonald's analiza el crecimiento y consolidación de la empresa como líder mundial en el sector de la comida rápida, destacando su modelo operativo eficiente, su capacidad de expansión global y su adaptación a diferentes normativas culturales y alimentarias. Desde su fundación en 1948 por los hermanos McDonald y la expansión liderada por Ray Kroc, la compañía ha establecido estándares de calidad, servicio, limpieza y valor que han sido clave para su éxito. Sin embargo, enfrenta desafíos como la disminución del poder adquisitivo en ciertas regiones, la competencia en el mercado y la necesidad de adaptarse a las demandas culturales locales. Este trabajo de investigación busca comprender las estrategias que han llevado a McDonald's a posicionarse como una marca global, así como los factores que influyen en su capacidad de mantenerse competitiva frente a las dinámicas cambiantes del mercado.

PALABRAS CLAVE

Problemas, cultura organizacional, competencia y mercado.

ABSTRACT

McDonald's case analyses the development and consolidation of the organization being global leader in fast food area, taking in consideration its efficient operative model, its global expansion capacity and its cultural adaption to the different normative about food. Since its foundation in 1948 by the McDonalds brothers and the expansion process by Ray Kroc, the company has established quality, service, cleaning and value that has been key for their success. However, faces challenges like the acquisitive power diminution in certain regions, the market competition and the necessity to adapt to the new cultural demands. This

investigation have the objective of comprehend the strategies that lead McDonalds to be a global mark, and the factors that have influence in its capacity to maintain competitive against the changing market dynamics.

KEY WORDS: Problems, organizational culture, competition and market

MATERIAS RELACIONADAS

Profundización en Psicología organizacional.

ESTUDIO DE CASO - ANÁLISIS MC DONALDS.



Queda claro que el sector de la comida rápida avanza sin freno en todo el mundo, donde cada empresa busca un hueco en el mercado y McDonalds tiene el suyo en todas partes del mundo.

Curiosamente, el producto que vende McDonalds es básicamente el mismo en todo el planeta, sin adaptar la oferta a los gustos de cada país, por lo que parece que no somos tan distintos en cultura ni en gustos. Hoy en día el «Big Mac», hamburguesa más famosa de la empresa, triunfa en los cinco continentes y se convierte en un punto en común los habitantes del planeta.

Hoy nos toca aprender de McDonald's, de una empresa americana que ha dado el salto y ha salido de su mercado original (USA) para conquistar el mundo con su calidad. Evidentemente, el secreto del triunfo consiste en ofrecer una inmejorable relación entre

calidad y precio. Veamos ahora algunos datos importantes que convierten a esta cadena de hamburgueserías en líder en el mundo.

Algunos datos interesantes:

26000 establecimientos en todo el mundo.

14 000 millones de comidas vendidas al año.

Cinco establecimientos nuevos se abren cada día.

Venta de 145 hamburguesas por segundo.

Millón y medio de empleados.

La elaboración del producto está sometida a rigurosos controles.

Primer cliente de Coca-Cola.

Empleados que siempre sonríen al cliente.

El cliente es atendido en un máximo de 90 segundos.

Vigilancia de la calidad por parte de la casa madre, inspeccionando locales.

Un centro de estudios de la hamburguesa propio.

Todo el mundo conoce ya el Happy Meal, esa «comida feliz» que Mc Donalds ha hecho famosa entre los niños de todo el mundo. Pues bien, detrás de cada cajita hay muchas horas de investigación para llegar al producto ideal.

Evidentemente, Mc Donalds tiende a la perfección en su segmento.

La Empresa

McDonald's es mundialmente reconocido, tanto por ser una organización comercial de alta calidad, como por ser una de las mejores oportunidades de oferta de Franquicias. La clave del éxito de McDonald's es tener una base muy firme de personas: Sus Franquiciados. (Ver franquicias)

McDonald's y sus Franquiciados constituyen la organización más importante en Locales de Comida de Servicio Rápido

Historia de la compañía

El primer local en la historia del servicio rápido de comidas fue inaugurado por los hermanos McDonald en 1948, en San Bernardino, California, (E.E.U.U). Ellos le dieron una nueva dirección al negocio, ofrecieron comida preparada y servida a alta velocidad, y además modernizaron el sistema de la época: reemplazaron el lavavajillas por servilletas y bolsas de papel.

Un menú limitado y un alto volumen de ventas caracterizaron el éxito del nuevo restaurant. Ray Kroc, por entonces proveedor de la máquina mezcladora de shake, sorprendido por la cantidad de «Multi-mixers» solicitadas, visitó a los hermanos McDonald en 1954. Les propuso abrir más lugares como ese.

Por lo tanto, en 1955 se inauguró el primer local de la Corporación a cargo de Ray Kroc. Entre la década de los '50 y los '60, el visionario Ray Kroc y su equipo gerencial

establecieron la exitosa filosofía operativa del Sistema McDonald's: Calidad, Servicio, Limpieza y Valor.

En la actualidad son más de 26.000 establecimientos, 126 los países en el mundo y cinco los continentes en donde se alzan los Arcos Dorados, y además venden unas 145 hamburguesas por segundo.

Su éxito es muy grande, de hecho, es la empresa comercial para clientes al menudeo más rentable de Estados Unidos desde hace 10 años. Y está creciendo rápidamente, abriendo un promedio de 3 a 8 locales por día en el mercado mundial.

En todo el mundo todos sus locales ofrecen un menú estándar, si bien se desarrollan en cada cultura productos especiales que se ajustan al gusto de cada comunidad. Por ejemplo, en algunos restaurantes de Alemania se ofrece cerveza, vino en los franceses. En algunos de los restaurantes en extremo Oriente se sirven fideos orientales. En Canadá, el menú incluye queso, verduras, salchichas y pizzas.

Los alimentos se preparan de acuerdo con las leyes locales, como, por ejemplo, en los menús de los países árabes se cumplen las leyes islámicas de preparación de alimentos al igual que en Israel con la cultura Kosher judía, en el cual no se sirven productos lácteos.

«Mi cuestionamiento surge a partir de cómo es posible que una combinación de cuatro elementos logre que unas cantinas dispersas por California del Sur se transformen en menos de 30 años en una gran empresa ». Ray Kroc.

El Responsable de este logro

Ray Kroc, un desconocido vendedor de batidoras para hacer helados, después de haber pasado por infinidad de oficios, recibe un día un pedido importante de parte de una cadena de restaurantes de California del Sur, de la que jamás había oído hablar.

A raíz de la importancia de este pedido, decide ir personalmente a operar con su cliente. Allí fue donde observó la multitud que entraba y salía de aquel pequeño negocio de los hermanos McDonald, que vendían hamburguesas a U\$S 0,15. Lo que allí se servía era sencillo y barato: hamburguesas, papas fritas y batidos de leche. Después de varias conversaciones con los exitosos hermanos, acordó, la «franquicia» para habilitar nuevas bocas de expendio. Conforme con el acuerdo, Kroc debía cobrar el 1,9% de los ingresos netos de cada concesión y la cuarta parte de sus ingresos pasaría a los hermanos McDonald.

Este ambicioso hombre de negocios, en 1954, construyó su primer servicio McDonald's cerca de la carretera de Des Plaines, en un suburbio de Chicago. El lugar estuvo lleno desde el primer momento en que abrió. Los habitantes del Medio Oeste apreciaban la Posibilidad de ir a un Mc Donald's y poder alimentarse rápidamente sin bajarse del auto.

Alentado por este éxito, se extendió por las carreteras más importantes del centro de Norteamérica. Al cabo de cinco años, los restaurantes tenían un nivel de ventas cercano a los cincuenta millones de dólares. Pese al auge de su negocio, Kroc se sentía insatisfecho. Él quería ser el único propietario de una cadena de restaurantes rápidos. Y es así como en 1960 consigue su objetivo por U\$S 2.700.000. Una de las metas que deseaba alcanzar Kroc en las décadas del '60 y del '70, fue tratar de incrementar las operaciones de sus locales de ventas. Y para poder aumentar el número de personas que podrían ser alimentadas al mismo tiempo,

agregó al servicio exterior de los estacionamientos, servicio de mesas y barras. Esto estimuló las ventas en los establecimientos situados en ciudades donde el número de Propietarios de automóviles era relativamente bajo.

Ray Kroc vio necesario crear un programa de entrenamiento para sus empleados. Los encargados de cada uno de sus negocios tenían que seguir cursos muy exigentes en la McDonald's Hamburger University.

Una de las claves de Kroc era la limpieza en cada establecimiento: el piso debía estar siempre más limpio y para ello debía ser lavado cada hora. Kroc realizaba frecuentes inspecciones para asegurar él mismo que sus reglas eran cumplidas fielmente. Un día, en un local de Montana descubrió un trozo de goma de mascar pegada en la parte interior de una mesa: Se arrodilló y personalmente lo arrancó. A Este negocio en menos de 20 años se convertiría en el «grande de la hamburguesa con un nivel de facturación de 12 Mil Millones de dólares en todo el mundo y utilidades de más de cuatrocientos millones de dólares.

McDonald's emplea un sistema de operaciones sumamente rígido. Existen reglas específicas para hacer todo, desde establecer la distancia entre la pared y el refrigerador y la temperatura exacta en que se deben freír las papas. Todos estos métodos se encuentran detallados en manuales especiales. Mientras que el sistema es estricto, los empleados trabajan dentro de un ambiente cómodo, donde se premia la innovación y la creatividad. Por ejemplo: además de servir los típicos pasteles norteamericanos de manzanas, en la Argentina también vienen con dulce de membrillo. En Tailandia, además de los milk shakes de chocolate y vainilla, los McDonald's también vienen preparados, con frutas. Pero no siempre es tan fácil innovar de esta forma. Staton afirma: «...Se ha estudiado la posibilidad de introducir filetes

de pescado usando merluza. Pero no existe un proveedor que logre producirlos de acuerdo con las estrictas especificaciones de la empresa

Este es el fundamento de su crecimiento, y es un imperativo para captar nuevas oportunidades en el futuro.

Australia y América latina están teniendo problemas con ventas, debido a que el poder adquisitivo de los clientes se está debilitando en aquellos países.

A continuación la propuesta de cuatro grupos, para dar respuesta al caso:

Grupo 1

Cómo clasificarías a Mc Donalds según: su finalidad, estructura, localización, tamaño, producción y propiedad.

Finalidad.

Es una empresa con fin de lucro que tiene como objetivo maximizar sus ganancias ofreciendo productos con un excelente precio y calidad permitiéndoles obtener ganancias de gran tamaño y así mismo expandir su empresa.

Estructura.

Cuenta con una estructura formal debido a que la empresa tiene reglas específicas y un sistema de operaciones rígido que incluye manuales detallados y todo esto garantizando que los establecimientos mantengan los mismos estándares de calidad, servicio y limpieza independientemente de su ubicación geográfica, además es una empresa que fomenta un

ambiente laboral cómodo en el que promueve innovación pero teniendo en cuenta siempre estar dentro de las directrices que garantizan uniformidad global.

Localización.

McDonald's es una empresa Multinacional debido a que sus inicios y registro fueron en Estados Unidos, pero con el tiempo se puede encontrar ahora a nivel global en 126 países y 26.000 establecimientos formando parte de 5 de los continentes a través de los franquiciados encargados de expandir la tradición, calidad y precios de la comida rápida que caracteriza a Mc Donalds.

Tamaño.

Evidentemente hablando de McDonald's es una empresa grande la magnitud de negocios que se encuentran marcaría más millón y medio de trabajadores para esta franquicia además de accionistas, gerentes y demás administrativos que se encuentran en cada franquicia que hay en el mundo.

Producción.

En el caso de McDonald's se evidencia una producción de bienes y servicios. La producción de bienes en esta empresa se caracteriza por un sistema altamente estandarizado y controlado que permite replicar el mismo producto en todo el mundo, de igual forma esta compañía asegura que sus menús sean los mismo en todos los países pero con algunas adaptaciones culturales, así mismo esta empresa tiene rigurosos controles de calidad y procedimientos estrictamente definidos que garantizan una uniformidad y calidad , por otro lado prestan un servicio en donde ofrecen una experiencia al cliente más allá de un producto

físico o tangible que está centrado en aspectos como la rapidez de atención, consistencia y esto generando una satisfacción al cliente y todos estos elementos siendo primordiales para el éxito de la empresa.

Propiedad.

Esta empresa hace parte del sector privado ya que como su historia lo cuenta inicia como una pequeña empresa con el dinero de dos hermanos y luego se empiezan a unir accionistas o socios que a su vez invierten en la empresa de sus bolsillos con el fin de generar un buen servicio y obtener ganancias para sus accionistas y dueños, pero toda su creación es a partir del dinero de quienes hacen parte de esta empresa lo que la convierte en una empresa privada.

A qué sector de la economía pertenece la empresa (primario, secundario, terciario).

Mc Donalds pertenece a un sector terciario debido a que incluye actividades relacionadas con la prestación de servicios en lugar de la producción de bienes materiales puesto que es una empresa donde su servicio es vender comida rápida y se centra en ofrecer servicios alimentarios, así mismo es una empresa que maneja la gestión del personal con capacitaciones de programas de formación como la "Hamburger University", asegurando que los empleados estén bien preparados para cumplir con los estándares de la empresa y también la motivación y satisfacción de los empleados donde crean un ambiente laboral cómodo y se reconoce la creatividad de los trabajadores, también la importancia de la limpieza y la atención al detalle, esto reflejando una cultura organizacional orientada hacia la excelencia operativa y la satisfacción del cliente, por otro lado también las estrategias que maneja recursos humanos sobre la selección y reclutamiento debido a que deben cumplir con

que los empleados se alineen con los valores de la empresa y que posean habilidades para trabajar en un entorno de alta presión y rápida rotación es crucial y todo esto siendo fundamental para el éxito continuo de la empresa.

Cuál es el tipo de administración (Teoría administrativa) que considera maneja esta organización.

En Mc Donalds siendo una de las cadenas de comida más grandes del mundo maneja un modelo de gestión que se basa en una combinación de diversas teorías administrativas como el incentivar a sus empleados a ser más proactivos utilizando estrategias como incentivos y recompensas, estos pueden ser, bonos o promociones en los establecimientos de Mc Donalds, también establece objetivos entre los mismos empleados creando un direccionamiento al momento de realizar sus tareas, también genera empoderamiento a pesar de la estructura jerárquica, Mc Donalds busca empoderar a sus empleados, dándoles cierta autonomía en la toma de decisiones y fomentando la proactividad.

Cuál cree usted es la principal ventaja competitiva que tiene Mc Donalds.

Mc Donalds no solo es una marca que lleva muchos años en el mercado sino como se menciona desde sus inicios a la actualidad tiene muy definido su objetivo: Calidad, Servicio, Limpieza y Valor creando en la empresa un estilo tradicional centrando sus productos a una buena estandarización globalmente y así mismo la esencia de la marca, productos con una buena relación calidad-precio y que están enfocados en ofrecer al cliente una experiencia como el ejemplo de su “cajita feliz” o su “BigMac” los cuales son conocidos globalmente y los más vendidos, además de su innovación y vanguardia frente a las nuevas tecnologías concentrando entonces su propuesta de mercado en la innovación de los

servicios y productos pero sin dejar de lado esos aspectos clásicos y su lema que los ha llevado a ser una de las empresas más grandes de comida rápida en el mundo.

El último reporte emitido por la empresa ha generado una alarma por la disminución de las ventas. ¿Cuál considera usted podría ser la principal causa de esto? Enumere tres razones.

Disminución del poder adquisitivo.

Esto se puede observar en el documento que en las regiones como Australia y América, el poder económico se está debilitando lo que está llevando a un impacto negativo en las ventas de McDonald's, esto podría estar más relacionado a lo que viene siendo la devaluación de la moneda local de los diferentes países frente al dólar como tal, lo cual hace que los productos importados aumenten de precio esto reduciendo la capacidad de los consumidores así la comida rápida, también se puede evidenciar en el desempleo que hay en estos países haciendo que las personas recorten sus gastos económicos.

Falta de estrategias de marketing y expansión.

Aunque McDonald's es conocido por tener un menú relevante a nivel mundial, la falta de adaptación que puede tener en las diferentes culturas podría ser una de las causas más frecuentes en la disminución de ventas, ya que se tendría que personalizar algunos productos y McDonald's tiene una barrera con eso ya que son esfuerzos económicos muy grandes, además de poder ser una ganancia o pérdida para atraer nuevos clientes o retener los actuales, también se puede ver que no han innovado en muchos de sus productos y esto ha afectado o ha hecho que pierdan terreno en ciertos mercados.

Competencia intensa en el mercado.

McDonald ' s se enfrenta a una competencia a nivel mundial en la comida rápida, como lo pueden ser Burger King, wendy' s. Esto ha sido un factor que viene dificultando las

ventas ya que no se ha visto diferentes estrategias para mejorar lo que viene siendo la experiencia del cliente o la calidad de sus productos y esto ha afectado a la percepción de los clientes con la marca llevándolos a evitar consumir sus productos y llevando a las personas volverse consumidores de otros sitios de comidas rápidas.

Grupo 2.

Cómo clasificarías a Mc Donalds según: su finalidad, estructura, localización, tamaño, producción y propiedad.

Finalidad.

McDonalds es una compañía con fines de lucro, esto significa que una de sus grandes motivaciones y finalidades es generar ganancias de vender productos comestibles, sin embargo, otra finalidad es brindar una experiencia revolucionaria para la época, pues estaba incursionando en el mundo de la comida rápida.

Estructura.

McDonald es una franquicia que está por todo el mundo, y cada local se debe apegar a las normas generales, así que como vemos en su estructura esta gran compañía tiene en su cabeza al CEO, después el gerente general luego a gerentes de departamento asistente y consultores, después están los gerentes de cada restaurante seguido de recursos humanos, compras, gerente de entrenadores, gerente de horarios, de producción y de equipos.

Localización.

Aunque fue una empresa creada y originaria de estados unidos ahora está por todo el mundo, como lo decía el texto 5 establecimientos se abren cada día, más de 260000 establecimientos en todo el mundo, un éxito gracias a su capacidad de adaptarse al país en el que se encuentre.

Tamaño.

Es una empresa multinacional con más de millón y medio de empleados, además de su gran cantidad de establecimientos que se encuentran en todo el mundo y la variedad de productos alimenticios que brinda le permite adaptarse a cualquier localización.

Producción.

Su servicio consiste en la preparación y venta de un servicio en este caso la comida rápida, con una producción global que le permite adaptar sus ventas al lugar en el que pretenda ofrecer el servicio.

Propiedad.

Es una empresa multinacional, que se divide en inversionistas y franquicias así se le permite crecer aún más por distintos lugares de todo el mundo.

A qué sector de la economía pertenece la empresa (primario, secundario, terciario)

McDonald 's pertenece al sector terciario de la economía, también conocido como el sector de servicios. Este sector incluye todas las actividades que no implican la producción de bienes materiales, sino la prestación de servicios a los consumidores, como la restauración,

transporte, comunicaciones, entre otros. McDonald 's, al ser una cadena de restaurantes de comida rápida, se enfoca en ofrecer un servicio de alimentación, lo que lo sitúa claramente en este sector.

Cuál es el tipo de administración (Teoría administrativa) que considera maneja esta organización. McDonald 's combina dos teorías para garantizar eficiencia, control de calidad y consistencia en todos sus restaurantes.

Teoría Burocrática (Weber):

Reglas claras y jerarquía.

En McDonald 's, todo está basado en manuales y procedimientos estrictos. Hay reglas claras sobre cómo hacer cada tarea, desde cocinar hamburguesas hasta atender al cliente, lo que es típico de la burocracia.

División del trabajo.

Cada empleado tiene un rol específico y definido, ya sea en la cocina, en la caja o limpiando, lo que garantiza que las tareas se realicen de forma eficiente.

Eficiencia y estructura.

Al tener una estructura organizativa clara, McDonald 's se asegura de que todo funcione igual en cada restaurante, sin importar el país. Esto es clave para su éxito mundial.

Administración Científica (Taylor):

Estandarización del trabajo: El trabajo en McDonald 's está diseñado para ser lo más eficiente posible, como en la teoría de Taylor, donde las tareas se descomponen en pasos específicos. Por ejemplo, el tiempo de cocción de las papas fritas está perfectamente calculado. e. Control y supervisión: La empresa realiza constantes inspecciones para asegurarse de que todo se haga según las reglas, similar al enfoque de control que proponía Taylor.

Cuál cree usted es la principal ventaja competitiva que tiene Mc Donalds

Creo que McDonald's tiene varios aspectos que la hacen destacar sobre otras empresas de esta misma área de producción, entre ellas puede ser la innovación que presentó para la época y para la comida rápida además cómo a partir de esto logró satisfacer una necesidad y consolidarse como calidad, en el mundo de las comidas rápidas, otra cosa a destacar también está la preparación que le piden a los empleados para brindar un servicio de calidad, también las políticas tan estrictas de sanidad y limpieza que le da una imagen de pulcritud a la empresa, pero creo que la ventaja más grande que presenta la empresa es la capacidad que tiene de adaptarse al tipo de población a la que le va a brindar el servicio, el compromiso de investigar ciertas normas culturales que afectan al país y transformar su servicio sin alterar la esencia de su producto y poder llegar a todos los lugares del mundo gracias a estas meticulosas políticas.

El último reporte emitido por la empresa, ha generado una alarma por la disminución de las ventas. ¿Cuál considera usted podría ser la principal causa de esto? Enumere tres razones.

El incremento de empresas que ofrecen un producto similar más adecuado a las capacidades económicas de la población actual.

Las investigaciones crecientes sobre el impacto negativo que tienen este tipo de productos ofrecidos por McDonald's para la salud humana.

La pérdida de calidad que han presentado en productos estrella como los juguetes incluidos en la cajita feliz.

Grupo 3.

Cómo clasificarías a McDonald 's según su finalidad, estructura, localización, tamaño, producción y propiedad.

Finalidad.

McDonald 's es una empresa comercial (con fin de lucro) con el objetivo principal de generar ganancias a través de la venta de comida rápida. Su enfoque está en ofrecer productos a bajo costo y a gran velocidad, optimizando la relación entre calidad y precio.

Estructura.

McDonald 's opera a través de una estructura de franquicias (Formales), donde los franquiciados juegan un papel clave en su éxito global. Los restaurantes deben seguir estrictos manuales operativos, pero la estructura organizativa permite cierta flexibilidad local en cuanto a innovación de productos (Mc Donalds). Localización: McDonald's tiene una presencia global (Multinacional) con más de 26,000 establecimientos en todo el mundo, abarcando 126 países en los cinco continentes.

Tamaño.

Es una de las mayores cadenas de restaurantes a nivel mundial (tamaño grande), tanto por el número de establecimientos como por su nivel de ventas. Emplea a aproximadamente un millón y medio de personas y sirve millones de comidas al día.

Producción.

La producción de McDonald 's está altamente estandarizada, con procesos estrictos que incluyen controles de calidad rigurosos. Los productos son similares en todo el mundo, aunque se adaptan algunos elementos del menú para ajustarse a las leyes locales de alimentos y a las preferencias culturales. Por lo tanto, McDonald 's vende bienes como servicios.

Propiedad.

McDonald 's es una empresa privada que se divide entre locales propios y franquiciados. La propiedad principal recae en la corporación McDonald's, pero una gran parte de sus restaurantes son operados por franquiciados bajo contratos que les permiten utilizar la marca.

A qué sector de la economía pertenece la empresa (primario, secundario, terciario).

La empresa McDonald 's pertenece al sector terciario, el cual según el Banco de la República de Colombia (s.f), se clasifica como no productivo ya que no genera bienes tangibles, sin embargo, este sector es parte fundamental para la economía y aporta al ingreso y producto, como sucede con los restaurantes y el comercio. En el caso de McDonald 's, se trata de un servicio de restaurante y franquicias que ofrece productos ya elaborados para el público.

Cuál es el tipo de administración (Teoría administrativa) que considera maneja esta organización.

La organización se puede evidenciar por medio de dos teorías administrativas:

Por un lado, está la administración científica propuesta por Frederick Taylor, que se enfoca en la productividad, eficiencia y reconocimiento del desempeño mediante recompensas (Almanza et al., 2018). En el caso de McDonald 's, su filosofía operativa se basa en los principios de Calidad, Servicio, Limpieza y Valor, sumando a la rapidez en atención y entrega de productos. Además, la empresa desarrolló un programa de entrenamiento para empleados, donde la innovación y la creatividad son reconocidas y premiadas, junto con reglas para su desarrollo.

Por otro lado, la teoría clásica propuesta por Henry Fayol, la cual se enfoca en establecer la estructura necesaria para asegurar la eficiencia de toda la organización, abordando la unidad de dirección y disposición de las personas dentro de la empresa (Almanza et al., 2018). Destaca en McDonald 's, la división de trabajo, la organización comercial de alta calidad, la autoridad, la jerarquía y la implementación de un sistema de operaciones rígido, además de fomentar la iniciativa para aumentar las operaciones de sus locales de ventas.

Cuál cree usted es la principal ventaja competitiva que tiene Mc Donalds.

McDonald's aparte de tener historia en el mercado también sigue buscando mantener la reputación de ofrecer una inmejorable relación entre calidad y precio, la cual abarca desde proveer productos de manera rápida, mantener una buena limpieza en sus establecimientos y tener estrictas especificaciones de organización en el establecimiento así como la manera de

cocinar los alimentos que permiten que se mantenga esa alta calidad; lo cual llega a atraer a los clientes por este ambiente pulcro y adecuado, además de permitir que se hagan pedidos de manera ágil y esto evite que los compradores se irriten por tener que esperar. También, en cada establecimiento internacional los alimentos se preparan de acuerdo a las leyes locales, demostrando el respeto que McDonald 's tiene por cada cultura y la capacidad de adaptarse.

El último reporte emitido por la empresa ha generado una alarma por la disminución de las ventas.

¿Cuál considera usted podría ser la principal causa de esto? Enumere tres razones.

McDonald 's carece de innovación en su menú y tiene precios que no son tan asequibles para todo el mundo.

En todo el mundo todos sus locales ofrecen un menú estándar, sin adaptar la oferta a los gustos de cada país, a excepción de preparar algunos productos extras para algunos de ellos.

Los precios al no ser tan asequibles generan que las personas busquen alternativas que se ajusten a su bolsillo. Por ejemplo, la hamburguesa Big Mac en Colombia tiene un precio alrededor de los \$21.252 (Statista, 2024), este precio en otros lugares podría alcanzar para dos hamburguesas o una hamburguesa más una bebida, y aunque la calidad no será la misma, a veces lo que puede primar es encontrar algo que llene y sea asequible antes que la calidad de los productos.

Presenta una falta de opciones saludables en su menú, por ejemplo, en Colombia, la única bebida saludable que se ofrece es agua, ya que las otras opciones son gaseosas o jugos

de caja, las cuales son bebidas azucaradas y según el Ministerio de Salud estas están relacionadas con “[...] una mayor probabilidad de desarrollar enfermedades no transmisibles como la diabetes, cáncer de endometrio, de ovarios, de mama y de próstata, así como accidentes cardiovasculares, entre otros. Estas patologías se encuentran entre las principales causas de mortalidad en Colombia” (2016). Teniendo en cuenta lo anterior y otros factores, en la actualidad las personas buscan mantener una dieta que permita un mayor consumo de verduras y frutas, y un menor consumo de productos de aperitivos salados, bebidas azucaradas y carnes procesadas, además de preferir la comida casera más frecuentemente (Pérez-Rodrigo et al. 2020).

Grupo 4.

Cómo clasificarías a Mc Donalds según: su finalidad, estructura, localización, tamaño, producción y propiedad.

Finalidad.

Comercial. La finalidad principal de McDonald's es generar ingresos a través de la venta de alimentos y bebidas en el sector de comida rápida, teniendo como enfoque la eficiencia operativa, estandarización de procesos, y expansión a través de franquicias le permite mantener un alto nivel de rentabilidad. Además, busca maximizar su participación en el mercado global, ofreciendo productos accesibles y atractivos para una amplia gama de consumidores.

Responsabilidad social. Aunque su objetivo principal es comercial, McDonald's también ha integrado en su estrategia aspectos de responsabilidad social, ya que esto se manifiesta en programas como la Fundación Ronald McDonald, que ofrece apoyo a familias

de niños enfermos, y en iniciativas de sostenibilidad, como la reducción del uso de plásticos y la mejora en la cadena de suministro de alimentos.

Estructura.

Franquicia y corporación. McDonald's opera bajo un modelo de franquicia, donde aproximadamente el 90% de los restaurantes están gestionados por franquiciados independientes. Este modelo permite una rápida expansión, ya que los franquiciados asumen parte del riesgo financiero y operativo, y la corporación se encarga de la supervisión, asegurando la uniformidad y calidad del servicio, mientras que los franquiciados gestionan el día a día de los establecimientos.

Jerárquica y descentralizada. A nivel organizacional, McDonald's tiene una estructura jerárquica que define roles y responsabilidades claras, pero también mantiene un enfoque descentralizado. Las decisiones estratégicas globales se toman a nivel corporativo, pero la ejecución y ciertas adaptaciones a nivel local permiten una mejor alineación con los mercados regionales.

Localización.

Global. McDonald's tiene una presencia global con más de 39,000 restaurantes en más de 100 países. Su modelo de expansión ha sido exitoso debido a su capacidad de adaptarse a las diferentes regulaciones y culturas locales, aunque su menú principal sigue siendo uniforme en todo el mundo.

Local y regional. A pesar de su presencia global, McDonald's adapta algunos aspectos de su oferta según la localización. Por ejemplo, en algunos restaurantes de Alemania se ofrece cerveza, vino en los franceses, en restaurantes en extremo Oriente se sirven fideos

orientales, por otro lado, en Canadá, el menú incluye queso, verduras, salchichas y pizzas. Así mismo, los alimentos se preparan de acuerdo con las leyes locales, como, por ejemplo, en los menús de los países árabes se cumplen las leyes islámicas de preparación de alimentos al igual que en Israel con la cultura Kosher judía, en el cual no se sirven productos lácteos.

Tamaño.

Multinacional gigante. McDonald's es una de las empresas de comida rápida más grandes del mundo, tanto en términos de ingresos como de número de establecimientos. Con millones de empleados y operaciones en todos los continentes, su tamaño le permite ejercer una influencia significativa en la industria alimentaria y en las prácticas de sostenibilidad.

Diversificación de productos. Aunque es más conocido por sus hamburguesas, McDonald's ha ampliado su menú para incluir opciones más saludables, como ensaladas y frutas, así como productos locales, dependiendo del país.

Producción.

Alimentos estandarizados y en masa. McDonald's se caracteriza por su producción en masa, con un enfoque en la estandarización de procesos. Desde la preparación de las hamburguesas hasta la cocción de las papas fritas, todo sigue estrictos protocolos para asegurar la uniformidad del producto en todos sus establecimientos.

Innovación y sostenibilidad. En años recientes, McDonald's ha hecho esfuerzos por mejorar sus prácticas de producción, enfocándose en la sostenibilidad y la reducción de su huella ambiental. Esto incluye iniciativas para utilizar ingredientes de fuentes sostenibles y minimizar el desperdicio de alimentos.

Propiedad.

Pública. McDonald's es una empresa que cotiza en bolsa, lo que significa que sus acciones son propiedad de una amplia gama de inversores, desde grandes fondos de inversión hasta pequeños accionistas. Esto también significa que está sujeta a la supervisión y expectativas del mercado financiero.

Modelo de franquicia. Además de los restaurantes operados directamente por la corporación, la mayoría de los establecimientos son propiedad de franquiciados. Estos franquiciados poseen y operan sus restaurantes, pero bajo las directrices estrictas de la corporación, asegurando consistencia en la marca.

A qué sector de la economía pertenece la empresa (primario, secundario, terciario).

En primer lugar, hay que tener en cuenta que McDonald's pertenece al sector terciario de la economía, también conocido como el sector de servicios, abarcando todas las actividades económicas que no generan bienes tangibles, sino que se centran en la prestación de servicios. McDonald's proporciona un servicio de comida rápida a los consumidores, lo que lo clasifica dentro de este sector, aunque, también tiene un componente secundario en cuanto a la preparación de alimentos, su principal actividad es la venta y distribución de esos alimentos a través de sus restaurantes, lo que lo sitúa firmemente en el sector terciario.

Así mismo, dentro de este sector, McDonald's se especializa en la restauración y servicios de comida rápida, ofreciendo servicios de alimentación rápida y eficiente. Además de la simple provisión de alimentos, McDonald's ha diversificado sus servicios, como la incorporación de juguetes en las comidas infantiles (Happy Meal) y la implementación de servicios digitales, como aplicaciones móviles para pedidos y pagos, añadiendo valor

adicional a su oferta y mejora la experiencia del cliente, lo que lo posiciona como un líder dentro del sector terciario.

Cuál es el tipo de administración (Teoría administrativa) que considera maneja esta organización.

Teniendo en cuenta la rigurosidad que postula Ray Kroc en McDonald 's, se podría decir que el tipo de administración que se maneja está basado en la teoría clásica de la Administración, complementada con la “administración científica” propuesta por Frederick Taylor, que se centra en la eficiencia y enfatiza la importancia de la organización y la sistematización en las operaciones para maximizar la productividad.

De entrada, hay que considerar que McDonald 's se caracteriza por una estructura organizativa jerárquica y centralizada, donde se definen claramente las responsabilidades y las funciones de cada nivel de la organización, debido a que la empresa mantiene un control estricto sobre todos los aspectos de su operación, desde la preparación de los alimentos hasta la atención al cliente, lo que es típico de la Teoría Clásica. Debido a que esta teoría desarrollada por Henri Fayol, destaca la importancia de la estructura organizacional y los principios de gestión, buscando una administración más efectiva en términos de liderazgo y coordinación. que son evidentes en la operación de McDonald's a nivel global.

Además, McDonald's permite cierta autonomía a sus franquicias, la empresa mantiene un control centralizado sobre los estándares de calidad y operaciones, lo que es fundamental para su éxito global, con una la fuerte presencia de la marca y el enfoque en la innovación constante, como el lanzamiento de nuevos productos y la mejora de la experiencia del cliente, consolidan a McDonald's como un líder en la industria de comida rápida.

Por otro lado, McDonald's también incorpora principios de la Teoría de la Administración Científica de Frederick Taylor, la cual se enfoca en la optimización de tareas mediante la estandarización y la mejora continua de procesos, implementando un sistema operativo muy rígido, con reglas específicas para cada aspecto del servicio, desde la distancia entre el refrigerador y la pared, hasta la temperatura exacta para freír las papas, lo cual asegura que todos los establecimientos operen de manera uniforme y eficiente.

A su vez, la empresa realiza rigurosas inspecciones y controles de calidad, lo que es fundamental para mantener la consistencia de sus productos a nivel global, en donde McDonald's tiene un centro de estudios propio dedicado a la investigación y desarrollo de sus menús, lo que demuestra un enfoque sistemático hacia una mejora continua.

En cuanto a la creación de la “McDonald's Hamburger University” para entrenar a sus empleados, es un claro ejemplo de cómo se aplica la administración científica en la capacitación del personal, asegurando que todos sigan los mismos estándares operativos y de servicios, lo cual muestra que, estos procedimientos aseguran que los productos y servicios ofrecidos sean consistentes en todos sus locales alrededor del mundo.

Finalmente, se podría decir que la organización busca maximizar la eficiencia en el servicio al cliente, con el propósito de brindar la atención con un tiempo que no supere a los 90 segundos, lo que es una práctica relacionada con los principios de la administración científica que pretende optimizar el uso del tiempo y recursos, lo que ha permitido su expansión global y su éxito sostenido en el sector de comida rápida.

Cuál cree usted es la principal ventaja competitiva que tiene Mc Donalds.

La principal ventaja competitiva de McDonald's radica en su modelo de negocio estandarizado y su capacidad para ofrecer una relación inmejorable entre calidad y precio a nivel global, esta estandarización asegura que los clientes reciban la misma calidad de alimentos y experiencia de servicio, sin importar en qué parte del mundo se encuentren. La consistencia genera confianza y fidelidad en los consumidores, quienes saben exactamente qué esperar cuando eligen McDonald's. Adicionalmente, se tiene en cuenta varios aspectos claves para seguir mejorando.

Por un lado, McDonald's ofrece un producto y una experiencia de servicio consistentes en todos sus restaurantes a nivel mundial, lo que genera confianza en los consumidores, sin importar la ubicación, los clientes saben exactamente qué esperar. Así mismo, con miles de establecimientos en más de 100 países, McDonald's tiene una presencia global impresionante, lo que le permite aprovechar economías de escala en la adquisición de materias primas, la publicidad, y la distribución.

Por otro lado, emplea un modelo de franquicia bien estructurado, que le permite expandirse rápidamente mientras mantiene control sobre la calidad y la eficiencia operativa. Dicho esto, McDonald's ha desarrollado procesos operativos altamente eficientes, lo que incluye un tiempo de servicio rápido, estandarización en la preparación de alimentos, y un control de calidad riguroso, que le permite servir grandes volúmenes de clientes de manera eficaz.

Ahora bien, con estos procesos realizados rigurosamente, McDonald's en menos de 30 años se ha convertido en una de las marcas más reconocidas en el mundo, lo que le da una ventaja significativa en términos de atracción de clientes y lealtad a la marca.

El último reporte emitido por la empresa ha generado una alarma por la disminución de las ventas. ¿Cuál considera usted podría ser la principal causa de esto? Enumere tres razones.

Para empezar, la principal causa podría estar relacionado a algún tipo de reducción del poder adquisitivo del público que compra, en este caso se habla de la capacidad adquisitiva que tenga el consumidor, es decir, el debilitamiento del poder adquisitivo de los consumidores es relevante ya que impacta las ventas de McDonald's. Por lo cual, los factores económicos como la elevada inflación, el desempleo y la escasez económica en general limitan la capacidad de las personas para consumir dicho producto.

Un ejemplo de ello podría ser aquellos países en los que el salario mínimo netamente es suficiente para lo básico, incluso teniendo en cuenta que en ocasiones no lo es, por lo que el acceder a ciertos productos más allá de un gusto se convierte en un gasto.

Del mismo modo, el aumento de los costos de vida, ya que cuando los costos de vida, como la vivienda, el transporte, y los servicios básicos (electricidad, agua, salud, etc.) aumentan, los consumidores disponen de menos ingresos disponibles para gastar en productos que se podría decir son “no esenciales”, como la comida rápida. En ese sentido, en contextos donde el costo de vida se incrementa más rápidamente que los salarios, los consumidores tienden a recortar gastos en productos considerados menos prioritarios, lo que puede impactar negativamente en las ventas de McDonald's.

Por último, un ajuste en los hábitos de consumo debido a la incertidumbre económica, ya que, en períodos de incertidumbre económica, los cuales podrían ser algún tipo de recesión o crisis financiera, los consumidores tienden a ser más cautelosos con sus gastos. Incluyendo a aquellos que tienen empleo o algún ingreso pueden ajustar sus hábitos de consumo para ahorrar o prepararse ante posibles dificultades futuras. Este comportamiento defensivo puede llevar a una reducción en la frecuencia con la que visitan restaurantes de comida rápida como McDonald 's, optando en su lugar por cocinar en casa o buscar opciones más económicas para maximizar su presupuesto.

REFERENCIAS

- Almanza Jiménez, R., Calderón Campos, P., & Vargas-Hernández, J. G. (2018). Teorías clásicas de las organizaciones y el Gung Ho. Revista Científica "Visión de Futuro" 22(1). Universidad Nacional de Misiones.
<https://www.redalyc.org/journal/3579/357959311001/357959311001.pdf>
- Banco de la República de Colombia. (s.f). Sectores económicos. Enciclopedia Banrepcultural.
https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Sectores_econ%C3%B3micos
- Meléndez, B. A. T. (2017). La teoría del capital humano-llevada a la práctica en las ciudades de aprendizaje. Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 26(51), 45-56.
- Ministerio de Salud. (2016). Los impuestos saludables cambiarán comportamientos nocivos para la salud.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/COM/Enlace-minsalud-85-impuestos-saludables.pdf>
- Pérez-Rodrigo, C., Citores, M. G., Hervás Bárbara, G., Litago, F. R., Casis Sáenz, L., Aranceta-Bartrina, J., Arija, V., López-Sobaler, et. al. (2020). Cambios en los hábitos alimentarios durante el periodo de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España. Rev Esp Nutr Comunitaria, 26(2), 28010.
[https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Perez-Rodrigo/publication/341990121_Cambios_en_los_habitos_alimentarios_durante_el_periodo_de_confinamiento_por_la_pandemia_COVID-](https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Perez-Rodrigo/publication/341990121_Cambios_en_los_habitos_alimentarios_durante_el_periodo_de_confinamiento_por_la_pandemia_COVID-19_in_Espana)

19_en_Espana/links/5f5f42024585154dbbd02f52/Cambios-en-los-habitos-alimentarios-durante-el-periodo-de-confinamiento-por-la-pandemia-COVID-19-en-Espana.pdf

Pensado, R. R. (2021). El Capitalismo Jerárquico en México y su influencia sobre la innovación desde una perspectiva de la Teoría de la Burocracia. *Interconectando Saberes*, (12), 73-88.

Taylor, F. W. (1911). *The Principles of Scientific Management*. Harper & Brothers. Recuperado de Teoría Online y Blog Educativo: [https://www.ensambledeideas.com/taylorismo%20%3B%3AcontentReference\[oaicite:0\]{index=0}%20%3B%3AcontentReference\[oaicite:1\]{index=1}](https://www.ensambledeideas.com/taylorismo%20%3B%3AcontentReference[oaicite:0]{index=0}%20%3B%3AcontentReference[oaicite:1]{index=1})

Statista Research Department. (2024). Prices for a Big Mac in Colombia from 2010 to 2024 (in U.S. dollars). Statista. <https://www.statista.com/statistics/869179/big-mac-price-index-colombia/>