



### Mercado

McDonald's es la mayor red mundial de locales de servicio rápido de comidas, con un importante potencial de crecimiento: 50 millones de personas de la población mundial comen por día en uno de los 27.000 locales McDonald's distribuidos en 120 países.

McDonald's con 186 locales en la Argentina y más de 30.000 en el mundo, es la compañía líder en su segmento.



Con casi 20 años en el país, refuerza su confianza en la recuperación económica argentina a través de nuevas inversiones.

### Logros

El compromiso con la sociedad es un valor muy importante para McDonald's. Una de las maneras en que la empresa se involucra con la comunidad es a través de la ayuda social destinada a los chicos argentinos con enfermedades de alta complejidad.

La Casa de Ronald McDonald® - Asociación Argentina de Ayuda a la Infancia - tiene como proyectos centrales la Casa de Ronald McDonald de Buenos Aires y



LA CASA DE  
RONALD MCDONALD®

Mendoza, y la Unidad Pediátrica Móvil.

Cada uno de estos programas ha permitido acercar a miles de niños argentinos un futuro mejor, desde hace más de 10 años.

### Historia

El primer local en la historia del servicio rápido de comidas fue inaugurado por los hermanos Richard y Maurice McDonald en 1948, en San Bernardino, California, (EE.UU.). Un menú limitado y un alto volumen de ventas caracterizaron el éxito del nuevo restaurante.

En 1954, Ray Kroc, por entonces proveedor de la máquina de batidos, sorprendido por la magnitud del pedido de equipos de "multi-mixers" solicitado, visitó el local de los hermanos McDonald y les propuso abrir más locales. Un año más tarde, los hermanos McDonald le otorgaron a Kroc los derechos exclusivos para la comercialización y explotación del negocio de McDonald's.

### Producto

Por tener la responsabilidad de servir diariamente a 50 millones de clientes en 120 países del mundo, McDonald's se convirtió en un ejemplo mundial por la calidad de los productos servidos a sus consumidores. Este estándar, que comienza por los ingredientes y llega a los equipos, distribución de la cocina de los locales, entrenamiento y métodos utilizados en la preparación de la comida, hace que los productos McDonald's tengan exactamente el mismo sabor y la misma calidad en cualquiera de sus 30.000 locales en el mundo entero.

### Desarrollos recientes

- McCafé está en un sector del local dedicado a la venta de café expresso donde todos los productos ofrecidos son de elaboración artesanal. Los clientes encuentran un lugar con un ambiente calmo y agradable para relajarse y tomar un café o disfrutar de un té con una deliciosa porción de torta.
- Servicio de Automac -Lanzamiento de la Tarjeta Club de Automac, con un Programa de Benefi-



cios para clientes de Automac con premios instantáneos y recompensas por sus compras.

- Libres de humo. Desde diciembre de 2005 no se puede fumar en ningún local de la cadena en la Argentina. La decisión de la compañía de establecer sus locales como "libres de humo" es una muestra concreta de su firme compromiso en apoyar este tipo de iniciativas.



Desde hace casi 20 años, McDonald's, tiene en sus locales lugares diferenciados para fumadores y no fumadores. Y siempre estuvo vigente la restricción de fumar en sectores de juegos. La iniciativa antitabaco de McDonald's tiende a privilegiar la protección de los no fumadores, especialmente niños, mujeres embarazadas y la familia, en general.

Los clientes de McDonald's que deseen fumar, sólo podrán hacerlo en aquellos locales que cuenten con mesas ubicadas en el sector externo, al aire libre.

- Campaña Especiales del Chef. Todos los años la Empresa pone a disposición de sus clientes una serie de platos dentro de la tónica gourmet, crea-





dos por el chef Pablo Massey a partir de productos que se encuentran en cualquier local de McDonald's.

- Campaña mundial "Estilo de vida saludable". La empresa promueve una mejor calidad de vida a partir de una dieta equilibrada y con el desarrollo de una habitual actividad física.

El crecimiento y el desarrollo saludable de un niño exige una dieta equilibrada y variada que respete la necesidad diaria de calorías. Toda la comida servida por McDonald's se puede incluir en una dieta saludable para niños y adolescentes, supliendo parte significativa de las necesidades diarias de nutrición.

McDonald's nunca estimula a los niños para que coman más de lo que necesitan.

Son varios los factores que contribuyen para la obesidad como, por ejemplo, los hereditarios, hábitos de alimentación inadecuados, problemas psicológicos y falta de actividad física.

A través de programas como el de Ronald McDonald se busca orientar a los niños sobre cómo tener una alimentación saludable. La función de

modidad. Temporales o promocionales, adecuados para el invierno o para el verano, estos productos muchas veces permanecen definitivamente en el menú, porque los clientes lo solicitan. Este fue el caso de los sandwiches de pollo McPollo y Pechuga Grill que pasaron a integrar el menú básico de la cadena en la Argentina, después de temporadas promocionales.

Los Combos son otro ejemplo de solución creativa con que la empresa enfrenta los retos del mercado. Identificados por números y vendidos con descuento, reúnen en un único pedido el sandwich, las papas fritas y la gaseosa. La creación de los Combos permitió a McDonald's brindar comodidad al cliente a la hora de ordenar su pedido.

La identificación de McDonald's con los niños, también tuvo como resultado otras iniciativas, entre ellas la creación de una comida especial: la Cajita Feliz. Todos los meses la Cajita Feliz tiene una sorpresa diferente, siempre algo educativo.

segura la tranquilidad y la comodidad de la fiesta. Varios locales también cuentan con otra alternativa de diversión para los niños: el Playland. Se trata de un área en la que los niños pueden jugar con seguridad en un tubo tobogán y en un pelotero.

#### Valores de la marca

La marca es sinónimo, en todo el mundo, de servicio, de limpieza y de alimentos de calidad.

Los ingredientes son los mismos que se encuentran en las heladerías de las casas de las familias argentinas: pan, leche, carne, pollo, lechuga, tomate y mayonesa, entre otros.

La fortaleza de la Empresa radica en el factor humano. Ser parte de McDonald's enseña valores y herramientas que perduran toda la vida, como trabajo en equipo, servicio al cliente, liderazgo y una comunicación efectiva.

[www.mcdonalds.com.ar](http://www.mcdonalds.com.ar)



los personajes del Grupo de amigos de Ronald es promover la alegría, enseñar buenos modales y ayudar a educar a los niños.

#### Promoción

La estrategia de marketing de McDonald's es universal y busca alcanzar a los consumidores de todas las clases sociales. El público objetivo de la empresa son las familias y los niños. Sus anuncios reflejan las experiencias agradables que los clientes tienen en McDonald's, desde el estilo y la libertad que ellos encuentran en los locales de la cadena, en donde cada uno puede hacer su pedido, pagarlo, sentarse a la mesa y comer su comida preferida cómodamente.

Los desafíos del mercado se enfrentan con soluciones creativas como la Cajita Feliz o los Combos, nuevas estrategias de puntos de venta, ampliación del menú, lanzamiento de nuevos productos y servicios y la política de mantener los precios por debajo de la inflación.

El cliente es el que decide.

Dentro de su Programa de Satisfacción Total del Cliente, McDonald's también tiene la estrategia de ofrecer oportunidades de variación de menú al consumidor, además de una operación eficiente en el local, nuevos y más pertinentes servicios y mayor co-

Otra innovación de la cadena dirigida al público infantil es la Fiesta de Cumpleaños, una facilidad para que las mamás no se tengan que preocupar por la decoración, animación de la fiesta y limpieza del ambiente después de la salida de los invitados. Un ambiente especialmente decorado con motivos infantiles, a-



#### Lo que usted no sabía sobre McDonald's

- Más del 90% de las materias primas e ingredientes de sus productos son producidos en el campo argentino y elaborados por industrias en nuestro país.
- McDonald's en la Argentina brinda empleo en forma directa a más de 11.000 personas y en forma indirecta a 9.000 más.
- Los medallones de carne son 100% de carne vacuna sin aditivos ni conservantes, producidos en la Argentina, certificado por IRAM en el frigorífico Campo del Tesoro. Sólo se agrega sal y pimienta en el local, luego de cocinarlas.
- McDonald's es la primera y única cadena de locales de servicio rápido de comidas que ha obtenido la certificación IRAM para todos sus locales, con la norma 14201, de buena práctica de manufactura de alimentos.
- McDonald's vende en la República Argentina más de 50 millones de hamburguesas por año, todas hechas de pura carne 100% vacuna, sin aditivos ni conservantes. La cifra se obtiene al sumar el consumo registrado anualmente en los 186 locales distribuidos en todo el país.

