

Kippel⁰¹

PRO

McDonald's abraza la digitalización para no perder mercado frente a sus competidores

La cadena de comida rápida planea actualizarse a nivel tecnológico para poder aumentar su crecimiento de ventas y márgenes operativos. La empresa introducirá un sistema de pedidos y pago móvil para finales de este año.

19 JUL 2017 — 11:44

POR KIPPEL01



McDonald's prepara su nueva 'receta' digital. Los ingredientes de esta son las entregas a domicilio, un sistema de pedidos y pago móvil, así como quioscos de autoservicio y servicio de mesa. Se trata de la digitalización que la compañía lleva 'cocinando' durante los últimos años, especialmente tras la llegada de Steve Easterbrook hace dos años como consejero delegado de la cadena de comida rápida.

En 2017, la empresa quiere dar un paso más allá para actualizarse a nivel digital y lanzará un sistema de pedidos y pago móvil, que estará disponible en 20.000 de sus 36.000 restaurantes para finales de año, según *Financial Times*. Easterbrook introdujo novedades dentro de las operaciones de McDonald's en Estados Unidos como, por ejemplo, la introducción del servicio de desayuno durante todo el día, que revirtió dos años de caída de ventas.

Gracias a la digitalización, la cadena de comida rápida prevé un crecimiento de ventas del 3% al 5% para 2019. Los márgenes operativos podrían elevarse desde cerca del 30% a valores ligeramente

1/2

<https://www.kippel01.com/pro/mcdonalds-abraza-la-digitalizacion-para-no-perder-mercado-frente-a-sus-competidores.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

PRO superiores al 40% para 2019. Este crecimiento también se vería apoyado por la venta de sus restaurantes a franquiciados; que reducirían los costes operativos y el gasto de capital.

McDonald's ha entrado este año en el negocio de las entregas a domicilio, un movimiento valorado en 100.000 millones de dólares

El directivo admitió que la compañía llegaba tarde al mundo de la tecnología digital, teniendo en cuenta que rivales como Starbucks o Panera poseen aplicaciones móviles para realizar pedidos y pagos desde hace años. Y aunque McDonald's planea introducir un programa de fidelización, Panera ya posee 25 millones de miembros y Starbucks más de 12 millones.

Por otra parte, a lo largo de este año McDonald's ha entrado en el negocio de las entregas a domicilio, un movimiento valorado en 100.000 millones de dólares (87.833 millones de euros). Se trata de un paso natural en la evolución de la compañía para adaptarse al sector, tal y como señala Lucy Brady, jefa de estrategia corporativa de la empresa, al citado medio: "Es una gran oportunidad que aún no hemos explorado". La empresa lleva ofreciendo este servicio en España desde el pasado junio a través de un acuerdo de exclusividad con **Glovo**.

Además, McDonald's se ha puesto en marcha para reformar varios de sus restaurantes con el objetivo de incorporar quioscos de autoservicio y servicio de mesa, así como un rediseño de las tiendas.