

Lecciones de La Batalla para Hacer el Bien

Bob Langert

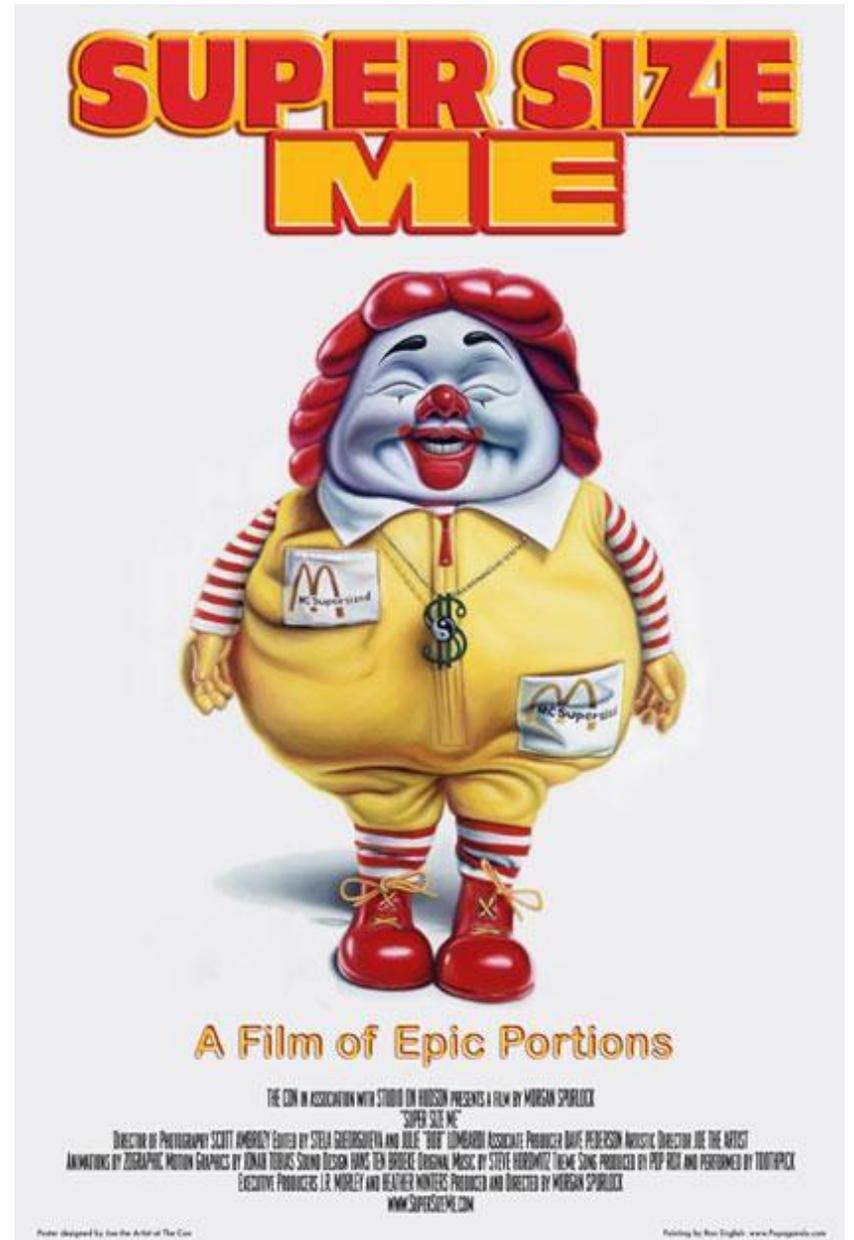
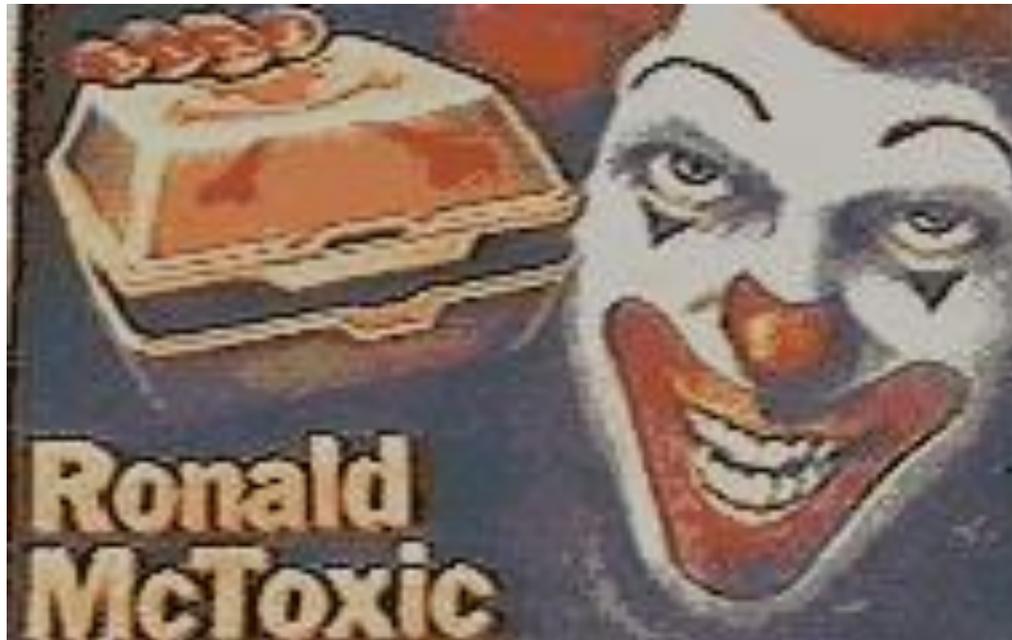
Vicepresidente Retirado, Sostenibilidad y Responsabilidad
Social Corporativa

McDonald's Corporation

Autor: “La Batalla de Hacer el Bien”



1,8 millones de empleados
70 millones de clientes por día
45.000+ restaurantes
120 países



Caja de Pandora

>

Oportunidad





**BIG
MAC**
100% PURE AMERICAN BEEF



**BIG
MAC**



**BIG
MAC**

**BIG
MAC**



“Esta asociación demostró que la colaboración puede impulsar efectivamente la innovación y llevar a resultados poderosos que tienen sentido tanto para el negocio como para el medioambiente.”

Fred Krupp, Presidente de la Fundación para la Defensa del Medioambiente

APERTURA
+
COLABORACIÓN
+
ACCIÓN
=
COMPROMISO
SOCIAL
EXITOSO









“Ví más avances acerca del bienestar animal en toda la industria mientras trabajaba con McDonald’s que en todos mis 25 años anteriores de trabajo.”

Dr. Temple Grandin

APERTURA
+
COLABORACIÓN
+
ACCIÓN
=
COMPROMISO
SOCIAL
EXITOSO

I'M LOVIN' IT?







Alliance
for a
**Healthier
Generation**

"Cuando Healthier Generation colaboró con McDonald's para establecer estos objetivos en 2018, no podíamos haber imaginado las formas en que nuestro mundo y negocio tendrían que adaptarse. Sin embargo, la dedicación y persistencia de McDonald's orientada a esos objetivos, y en última instancia a las familias alrededor del mundo, tuvieron como resultado un cambio significativo."

Kathy Higgins, CEO de Alliance for a Healthier Generation (*Alianza por una Generación más saludable*)

APERTURA
+
COLABORACIÓN
+
ACCIÓN
=
COMPROMISO
SOCIAL
EXITOSO

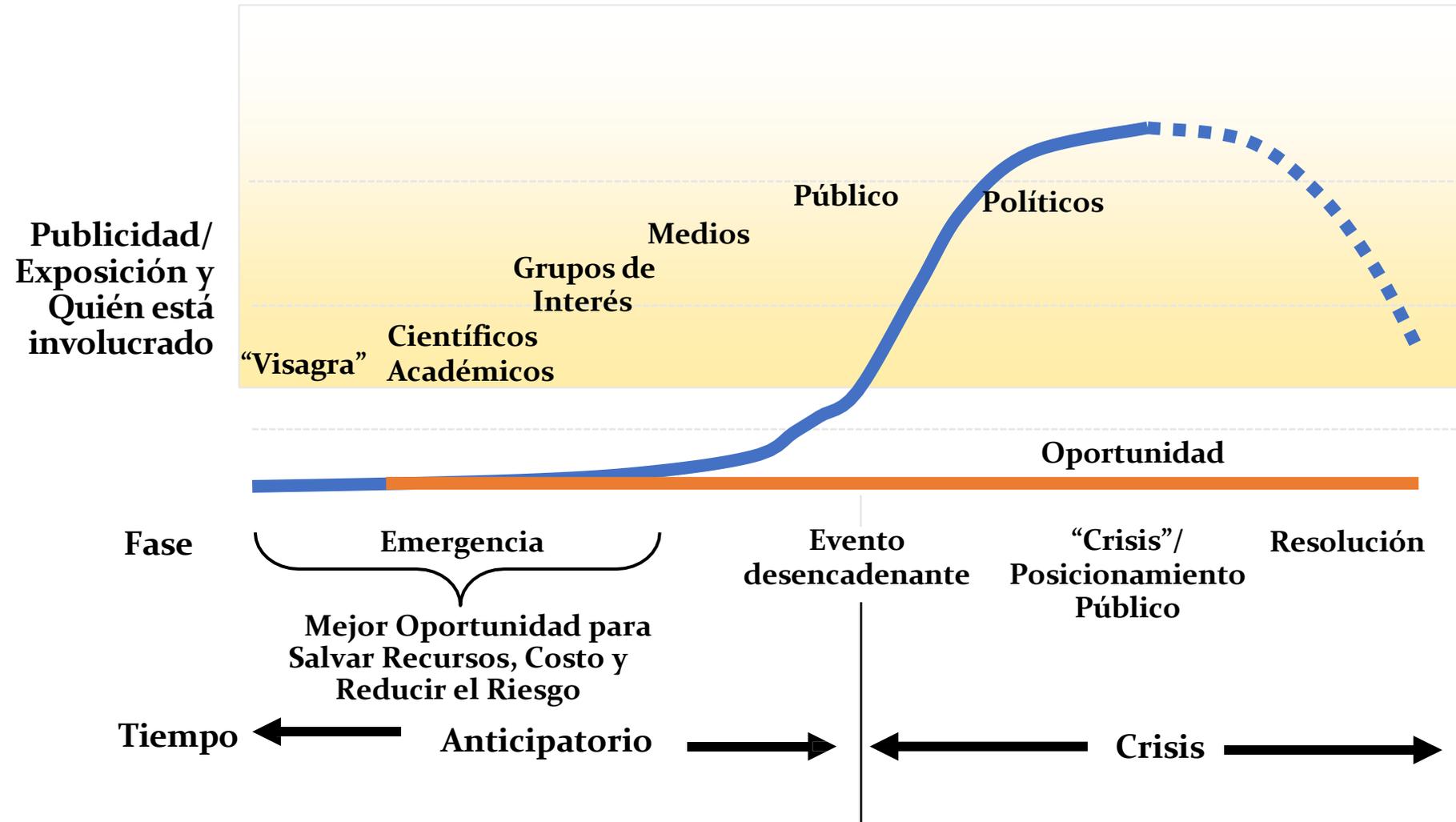
1990-2014

Informe de Evaluación Societario



Manejo de Crisis:	A
Integración Estratégica:	F
Salud de marca:	F
Comunicación:	F

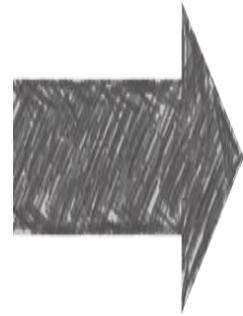
Gestión Societaria Anticipatoria



NUUESTRO VIAJE. JUNTOS PARA SIEMPRE

DE

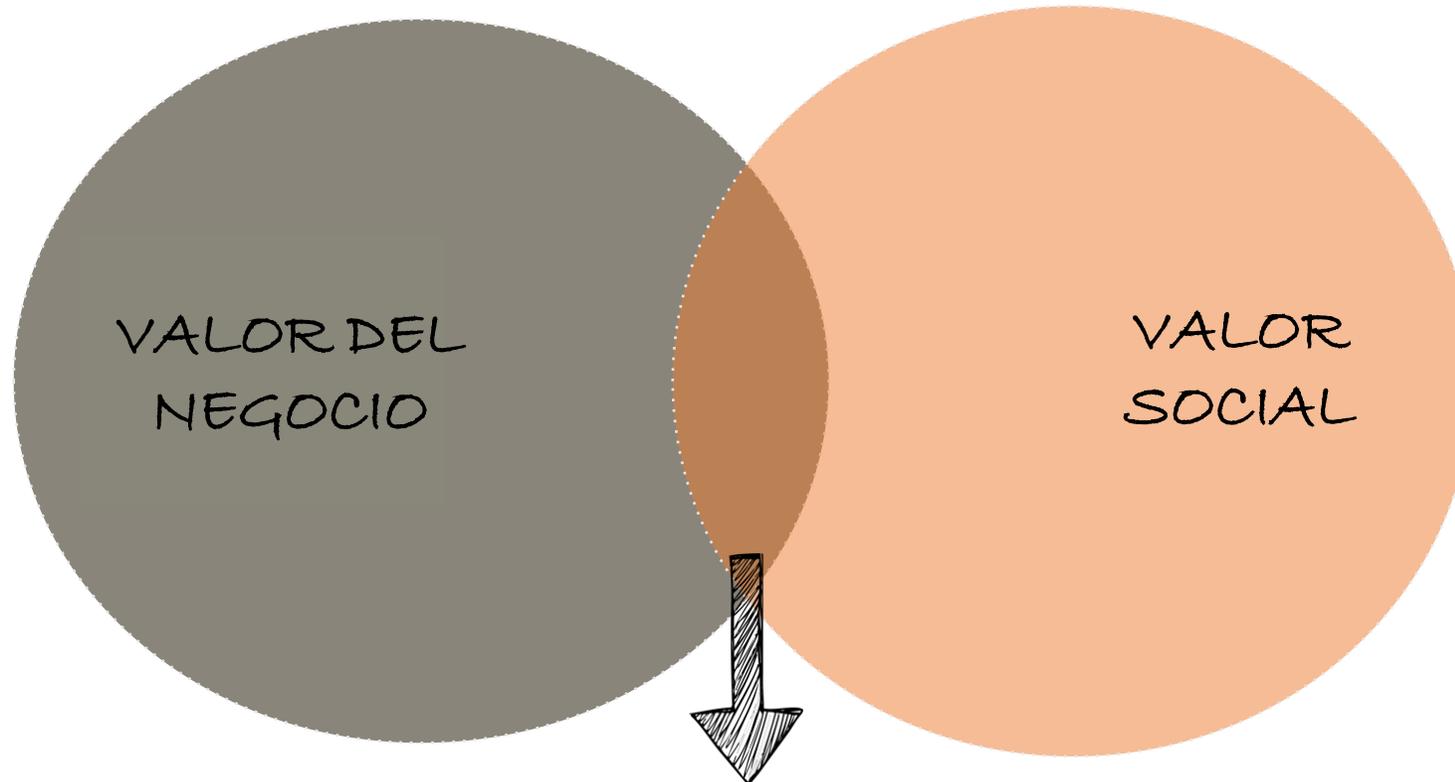
- ⦿ Lo correcto para hacer
- ⦿ Desarticulado
- ⦿ Mezcla de actividades locales, globales y de AOW
- ⦿ Esfuerzo sostenible difícil de impulsar que marque la diferencia



HACIA

- ⦿ Central para hacer crecer nuestro negocio y marca
- ⦿ Alineados a través del sistema
- ⦿ Visión enfocada y marco global
- ⦿ Compartir nuestra historia y obteniendo el crédito

HACER CRECER NUESTRO NEGOCIO AL HACER
UNA DIFERENCIA POSITIVA EN LA
SOCIEDAD



**NUESTRO CAMINO JUNTOS
PARA SIEMPRE**

El Espectro de Liderazgo

100%

RIESGO

0%

1

2

3

4

5

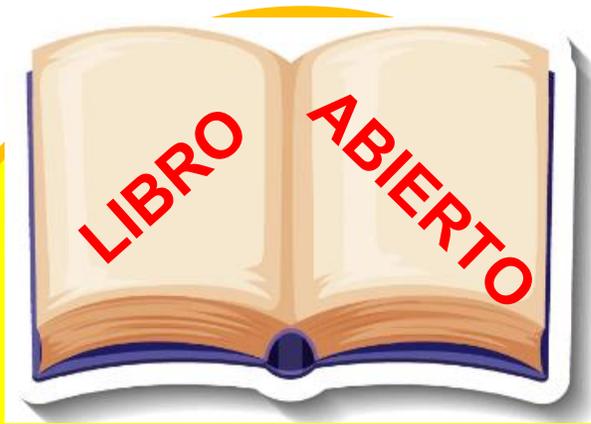
ACCIONES DE LIDERAZGO

The
Economist

Una batalla de 25 años para
mejorar la imagen de McDonald's
Quieres ética con eso?



APERTURA
+
COLABORACIÓN
+
ACCIÓN
+
MARCO ESTRATÉGICO
=
COMPROMISO SOCIAL
SOSTENIBLE



Ser abierto con las partes interesadas en la compañía

Ser honesto

Brindar fácil acceso a los datos

Compartir información relevante

Comunicar de forma clara

Transparencia en el Negocio Significa

Ser abiertos con los clientes

Ser directos

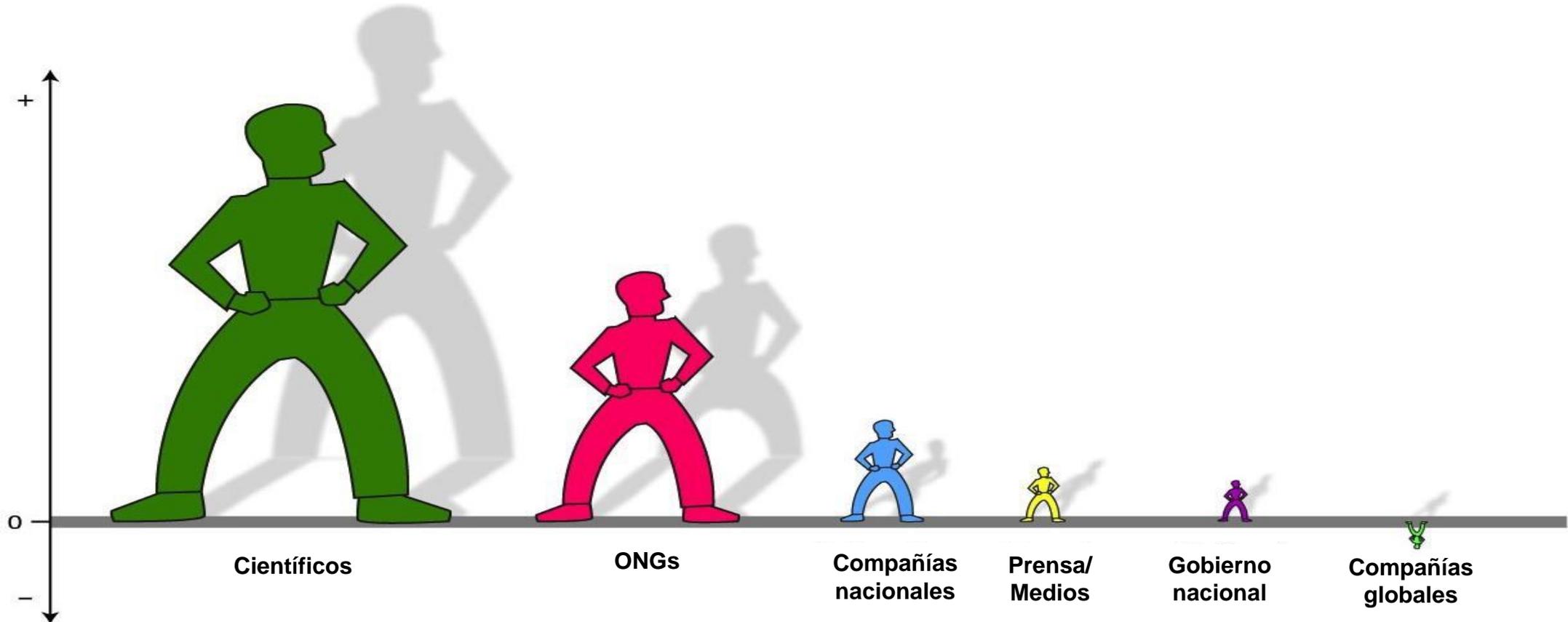
No ocultar datos relevantes

Brindar un feedback abierto

Crear un entendimiento mutuo

Brecha de confianza entre empresas y científicos/ONGs

Confianza Neta en Instituciones,* Promedio de 22 Países



* La confianza neta es igual a “una gran cantidad de confianza” y “una cantidad suficiente de confianza” menos “sólo un poco de confianza” y “nada de confianza”



Global Sustainability SCORECARD

Food

15.8

Average number of menu items per market containing at least 1/2 serving of fruits or vegetables. Up from 9.9 in 2006.

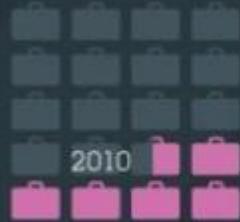


By March 2012, fruit will be included in every Happy Meal served in US and Latin American restaurants.

People

28.1% of Worldwide Top Management (VP & Up) are Women.

Up from 26.4% in 2006.



We've been training and developing our employees for 50 years at our **7 Hamburger Universities.**

The average restaurant manager completes the equivalent of more than one semester of college in the U.S. from Hamburger University.

21:00 credit hours

Credits from HU can be transferred to many public and private schools toward a two or four year degree.

99% of fish globally, are sourced from **Marine Stewardship Council Certified Fisheries.**

And 99% of wild caught fish comes from fisheries with favorable sustainability ratings.

50% of Company-Owned Restaurant Managers are Women.

Up from 46.2% in 2006.



96% of company-owned restaurants have certified **M MANAGERS**

More than **30** countries recognize us as a **Great Place to Work**

Giving

McDonald's supports Ronald McDonald House Charities in multiple ways.



\$170 million raised since 2002

Countries all around the world have helped raise money during McHappy Day and Give a Hand events.

\$27 million Projected 2011 customer contributions from U.S. restaurants.



M
i'm lovin' it®



MEJORAR LA SALUD DE
NUESTRA MARCA POR UN **1%**

=

2% AUMENTO EN
VENTAS

(SOSTENIBILIDAD = 50% DE LOS ATRIBUTOS DE MARCA)

Nada



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



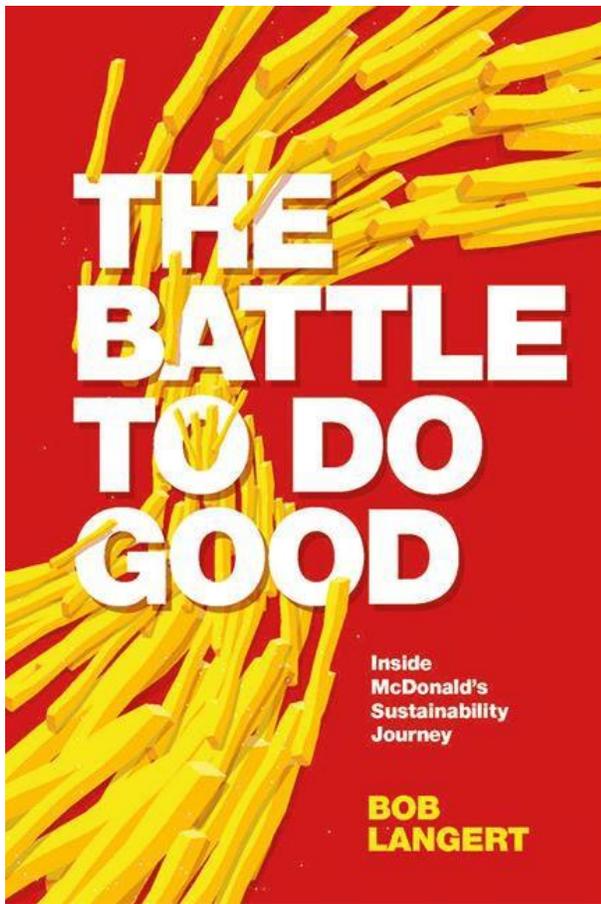
DISH

DMC SUSTAINABILITY REPORT

ディ・エム・シー
サステナビリティレポート

2023





Abierta

Colaborativa

Orientada a la acción

Estratégica

GRACIAS!

langertbob@gmail.com

LinkedIn: @boblanger