

MCDONALDSEK BERRITU EGIN BEHAR DU.

Posted on 05/05/2015 by Naider

✘ Kalean janari azkarraren erregeaz galdetzen badugu, gabe Zalantzarik gabe, gehien aipatzen den izena [mcdonalds. Alderdi etikoak eta osasungarriak alde batera utzita, denboran zehar kudeaketa ezin hobea egin duen multinazionala, janari azkarreko merkatuan lider izatera eraman duena.](#)

Gauzak aldatu egin dira, ordea, egungo zuzendari nagusiarentzat [Steve Easterbrook](#) . Britainia Handiko presidentek ez du inolako adierazpenik egin komunikabideetan bere helburuei buruz martxoaren 1ean aurreko zuzendari nagusia ordezkatu zuenetik [Don Thompson](#). Baina datuek berez hitz egiten dute, [|2014an konpainiaren diru-sarrera garbiak %15 jaitsi dira, 4.700 milioi dolar fakturatuz.](#) Horrek iradokitzen du politika aldaketak etortzeke daudela, nahiz eta apur bat berandu izan.

Finantza analistek eta jatetxe aholkulariek diote McDonald's-ek ez duela moldatu gustu aldakorretara bere diru-iturri nagusian, Estatu Batuetan. [Shake Shak, Panera Ogia](#) edo [Chipotle](#) hanburgesa kontsumitzaile gehien duten herrialdean sortu diren lehiaketa handietako batzuk dira eta gutxi balio izan du. Txina edo Errusia bezalako herrialdeetara zabaldu.

Beharbada, AEBekiko duen menpekotasunagatik edo, agian, jendea nekatu egin delako ere multinazionalak eskaintzen dituen zapore monotonoekin. Jada ez da erabilgarria abiaduran eta prezioan bereiztea, lehia oso indartsua baita, beste enpresa batzuek ere lehia dezaketelako. Argi dagoena da kontsumitzaileak eboluzionatzen duela eta enpresek haiekin egin behar dutela. Multinazional handiak ere ez dira libratzen eta McDonaldsek ez du istorioa aplikatzea beste aukerarik izango.

[Patty Johnson](#)-ri [The Guardian](#), elikagaien eta edarien nazioarteko analista aditua, etikaren eta moralaren aldaketari buruzkoa da. Lehen, jendeak eguraldiari bakarrik begiratzen zion eta janariak zapore ona zuela, baina gaur egun gero eta jende gehiagok espero du glutenik gabeko elikagaiak, barazkiak edo frutak, adibide batzuk jartzearren. Ez da jendeak dieta egiten duela, baizik eta bizimodua printzipioengatik aldatu dutela, bai, artikulua honen hasieran alde batera utzi ditugun printzipio horiek. Bizitza osasuntsua modan dago eta hori ez da onuragarria multinazionalarentzat, gai horretan neurriak hartu beharko baititu. Mundu osoko analistek eta adituek aldaketa espero dute eta ziurtatzen dute prozesua motela eta zaila izango dela halako tamainako enpresa batean.

Modak eta ohiturak aldatzen dira eta enpresak moldatzen edo galdu egiten dira. Bazirudien merkatuko lider handiek ez zutela sintoma horiek pairatzen, baina hona hemen XXI.mendean berritu edo hil egiten den adibiderik argiena. Ikusiko dugu dena nola eboluzionatzen den eta McDonaldsek ideia berriak sartuko balitu, orain arte sormenik ez duela dirudien. Bitxikeria gisa uzten dizuegu, McDonald's gosaria inoiz probatu ez dutenek lehen aldiz probatzen duten bideo bat. Zure erreakzioak ez du preziorik.

There are no comments yet.