

2012



PRÊMIO UNIVERSITÁRIO
ABERJE



O MERCADO PRECISA DE DESTAQUES.

Patrocínio:



amo muito tudo isso™

Realização:



Apoio:

Maxpress



amo muito tudo isso™

Caso McDonald's

A empresa

É a maior cadeia mundial de restaurantes de serviço rápido de alimentação, que serve 64 milhões de clientes por dia em 119 países em 33.000 restaurantes, empregando mais de 1,7 milhão de pessoas. Foi fundada por Ray Kroc em 1955, em Illinois, nos Estados Unidos.

É um dos pioneiros do modelo de franchising, no qual mais de 80% dos seus restaurantes são propriedade de empresários locais e operados por eles, treinados na Hamburger University em Oak Brook, Illinois, EUA, que oferece cursos muito concorridos. No mundo, há outras seis universidades corporativas: Alemanha, Austrália, Japão, Inglaterra, China e Brasil, unidade que atende os funcionários McDonald's de toda a América Latina.

The Economist, jornal britânico, criou o "Índice Big Mac", por meio da qual faz a comparação do preço de um Big Mac para comparar informalmente o poder de compra em diferentes países. Por exemplo, Big Mac na Noruega é o mais caro no mundo e na Índia, o Maharaja Mac, um Big Mac com carne de cordeiro ou frango por restrição ao consumo de carne bovina no país, é o mais barato.

Editoria de Arte/Folhapress

PREÇO DO SANDUÍCHE

Brasil tem o quarto Big Mac mais caro, diz pesquisa

Valor do Big Mac, em US\$

Suíça	6,81
Noruega	6,79
Suécia	5,91
Brasil	5,68
Dinamarca	5,37
Austrália	4,94
Argentina	4,64
Zona do euro*	4,43
Japão	4,16
Índia	1,62

US\$ 4,20 é o preço do Big Mac nos Estados Unidos, sede do McDonald's

*Média dos preços nos 17 países que formam o bloco; Fonte: "The Economist"



Brasil

Instalou-se em 1979, no Rio de Janeiro, e dois anos depois em São Paulo. Está presente em 23 estados, além do Distrito Federal, com mais de 670 restaurantes e 70 McCafé, que atendem a 1,6 milhão de clientes por dia, com mais de 50 mil funcionários. Há 13 anos, é eleita pelo Great Place to Work Institute (GPTW) como uma das “100 melhores empresas para se trabalhar no Brasil”.

Desde 2007, a marca McDonald’s na América Latina é operada pela Arcos Dorados (Arcos Dourados, no Brasil), empresa argentina e a maior franqueada do McDonald’s em todo o mundo, que opera em 20 países latino-americanos.

O McDonald’s está entre os cinco maiores empregadores do Brasil. Do atual quadro de mais de 50 mil funcionários da própria rede e franqueadas, 91% têm menos de 25 anos de idade, o que consolida a imagem de grande gerador de postos de trabalho para jovens. Não por acaso, o McDonald’s é hoje um reconhecido núcleo de formação profissional, no qual os jovens são expostos a atividades educativas e treinamento contínuo, visando a qualificação técnica, o senso de comprometimento com o negócio e a valores como espírito de equipe e responsabilidade social.

McDonald’s: Faixa Etária funcionários (em anos)			
Restaurante		Corporação	
Menos de 18	13.324		
De 18 a 21	14.535	De 18 a 24	38
De 21 a 30	10.498	De 25 a 30	84
Mais de 30	2.019	De 30 a 35	123
		De 35 a 40	123
		De 40 a 45	85
		Mais de 45	119
TOTAL	40.376	TOTAL	572

Tabela 1

Universidade do Hambúrguer

A filial brasileira da Universidade do Hambúrguer foi fundada 1997, em Barueri, São Paulo, junto da sede da empresa, e já recebeu desde então quase 80 mil pessoas de 20 países. Seu foco é ensinar seus funcionários a administrar a empresa. O curso mais procurado, por exemplo, é o de “liderança de operações práticas em restaurantes”, que se destina aos gerentes das lanchonetes. No curso, que tem duração de cinco dias, os alunos são ensinados a comandar equipes, como aumentar as vendas e são treinados a trabalhar sob pressão, submetendo-os a uma simulação de administrar um drive-thru lotado. A UH, hoje chamada de McDonald’s University só recebe estudantes que já são funcionários da empresa e como a maioria de seus alunos são estudantes, eles podem aproveitar as horas de aulas na instituição como créditos válidos para graduação em outras faculdades.

Missão, Visão e Valores

Missão

Servir comida de qualidade, proporcionando sempre uma experiência extraordinária.

Visão

Duplicar o valor da companhia ampliando a liderança em cada um dos mercados.

Valores

Oferecemos Qualidade, Serviço & Limpeza aos nossos Clientes.

Incentivamos o Espírito Empreendedor.

Temos um forte compromisso com a nossa Gente.

Maximizamos a Rentabilidade das nossas operações.

Operamos um negócio em um ambiente Ético e Responsável.

Contribuímos com o desenvolvimento das Comunidades nas quais atuamos.

O ambiente

No nível gerencial, o bom ambiente de trabalho, respeito e estímulo por parte do empregador e oportunidades concretas de rápida ascensão e desenvolvimento profissional resultam em baixo índice de turnover para o setor de restaurantes de serviço rápido. Mais da metade dos gerentes, responsáveis pelos restaurantes, começou como atendente, o primeiro patamar da hierarquia profissional do McDonald’s. Portanto, galgar novos degraus é tarefa que depende basicamente da dedicação e talento, uma vez que a empresa adota o Sistema de Gestão de Desempenho, metodologia que ajuda o funcionário e seu gerente a identificarem as necessidades específicas de desenvolvimento. A cada ano, o profissional sugere e define com o

superior imediato seus objetivos para o período, bem como um plano de desenvolvimento das competências que ainda precisam ser lapidadas por meio de cursos e treinamentos.

Engajamento é a palavra-chave que ajuda a explicar esse processo de atração de talentos. O culto ao espírito de equipe como um valor corporativo resulta, na prática, no envolvimento de todos os funcionários, inclusive novatos, nos processos de tomada de decisão. O próprio processo de trabalho no restaurante reflete essa peculiaridade cultural: desde seu primeiro treinamento, o funcionário aprende a lidar com todas as áreas. Por conhecer todo o processo, esse profissional multidisciplinar tem segurança para opinar e influenciar as mais diversas decisões, inclusive aquelas de nível corporativo, por exemplo, para a escolha de um novo uniforme para os atendentes é feita consulta prévia ao pessoal da linha de frente dos restaurantes.

Considerando que a maior parcela dos empregados do McDonald's é jovem e ainda está estudando, a jornada de trabalho tem uma importância considerável como fator de estímulo à conclusão dos estudos.

Anualmente, a Arcos Dourados investe R\$ 40 milhões em treinamento. Além da McDonald's University, mantém restaurantes como centros de treinamento, parcerias com SENAC e, mais recentemente, com a Harvard Business School

McDonald's: Escolaridade funcionários (tempo integral e parcial)	
2º. grau ou menos	38.216
Universitário (em curso ou incompleto)	605
Universitário completo	1.418
Pós-graduação	709
TOTAL	40.948

Tabela 2

O problema a ser resolvido

O McDonald's está entre os maiores empregadores públicos e privados do País. Os empregos que oferece destinam-se basicamente, na sua maior parcela, para jovens no seu primeiro emprego, sem experiência e, na maioria das vezes sem carteira assinada. Isso requer esforço e investimento muito grandes em educação e treinamento, ao mesmo tempo em que exige a permanente criação de mecanismos de retenção dessa mão de obra, que tem a tendência de buscar outro emprego depois de acumular alguma experiência de atuação em uma grande empresa.

Assim, 91% dos 50 mil empregados têm até 25 anos, sendo que 72% têm até 21 anos. Ou seja, são muito jovens e produzem um índice de rotatividade elevado, apesar de todo o investimento feito neles. Segundo um estudo da consultoria Mercer, os profissionais com menos de 25 anos, integrantes da chamada “Geração Y”, são os que mais consideram mudar de emprego nos próximos anos, e uma das explicações para esse comportamento é que os jovens enxergam o emprego como uma experiência de curto prazo e transitório.

<http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/trabalhadores-jovens-sao-mais-felizes-no-trabalho-mostra-pesquisa>

A Geração Y, nascida entre 1980 e 2000, quando o mundo que estava se transformando em uma grande rede global, é relativamente nova e ainda não há uma conceituação clara das suas características: sempre conectado, procura informação fácil e imediata, prefere computadores a livros e e-mails a cartas; digita ao invés de escrever; vive em redes de relacionamento; compartilha tudo o que é seu: dados, fotos, hábitos; está sempre em busca de novas tecnologias; faz diversas coisas ao mesmo tempo e não é fiel a marcas.

http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos3/Geracao_Y.htm

McDonald's: Tempo de Empresa dos funcionários (em anos)			
Restaurante		Corporação	
Menos de 1	22.611	Menos de 1	85
De 1 a 2	10.498	De 1 a 5	143
De 3 a 5	3.230	De 5 a 10	88
Mais de 5	4.038	De 10 a 15	76
		De 15 a 20	97
		De 20 a 25	53
		Mais de 25	30
TOTAL	40.376	TOTAL	572

Tabela 3

O desafio

Em avaliações e rankings de entidades prestigiadas como o Great Place to Work, o McDonald's está entre as melhores para se trabalhar, tanto nos rankings gerais, quanto em dirigidos a mulheres e executivos, mas a percepção não é essa. Ultrapassa os balcões dos restaurantes e resvala nos clientes, impactando a imagem da empresa.

Portanto, o desafio proposto é: como corrigir e melhorar a percepção, interna e externa, em relação à imagem do McDonald's como importante empregador de jovens e gerar:

- Aumento da retenção;
- Redução do turnover;
- Aumento da satisfação na pesquisa de clima;
- Maior atratividade para a contratação de atendentes.

Boa sorte!

