

Así logró McDonald's tener una gestión de la cadena de suministro exitosa

[Lizbeth Serrano](#) | mayo 28, 2021

[Logística y distribución](#)

La digitalización es pieza clave en la actual gestión de la cadena de suministro, ya que a través de determinadas plataformas virtuales es posible recabar, analizar, interpretar y aplicar datos, en beneficio de la empresa y clientes.



La supply chain 4.0 requiere de la implementación de nuevas tecnologías, por lo que herramientas de machine learning e inteligencia artificial son una necesidad.

Juan Carlos Pascual, director en Tooslgrouop y especialista en cadena de suministro, explicó que esta [supply chain 4.0](#) comprende no solo la entrega de productos desde un centro de distribución al punto de venta.

Además, implica un movimiento de datos bidireccional que ayuda a las empresas a saber qué ocurre entre sus bienes y el cliente que los recibe.

Para que una empresa responda de manera efectiva a este nuevo consumidor que exige inmediatez y una experiencia de compra integral, el experto sugirió que se disponga de las plataformas digitales adecuadas, aunado a un análisis predictivo que permita identificar y pronosticar escenarios.

Estos deben estar basados en la información recabada mediante herramientas de inteligencia artificial, machine learning e internet de las cosas.

Digitalización de la cadena de suministro: caso McDonald's

Uno de los aspectos más relevantes para cualquier compañía, en lo que respecta a gestión de la cadena de suministro, es la planificación de la demanda, etapa que hoy requiere de una correcta y oportuna digitalización.

McDonald's es, desde hace muchos años, uno de los retailers de comida rápida más importantes del mundo. Al término de 2019, contaba con un total de 38 mil 695 restaurantes a nivel global e ingresos por arriba de los 21 mil millones de dólares, según reporta Statista.

Aun cuando la compañía estadounidense lidera el mercado del fast food, esto no ha sido impedimento para *digitalizar su supply chain* y con ello ofrecer una mejor experiencia de compra.

Una de las primeras acciones realizadas por la cadena de suministro de McDonald's es el uso de geanalítica.

Por medio de un análisis computacional, aplicado al GPS de los clientes, puede saber en dónde se encuentran y cómo es que llegaron, sin invadir su privacidad.

Esta información muestra patrones del movimiento de los consumidores y también permite conocer cuál es la influencia que tiene determinada tienda física, así como la de su competencia.

La inteligencia artificial y machine learning son otras tecnologías que protagonizan la gestión de la cadena de suministro.

Esto porque a través de ellas, el retailer define qué promociones son las más convenientes y bajo qué canal ofrecerlas, basadas en el reconocimiento de aquellos productos más vendidos y temporadas de mayor y menor demanda.

Lo anterior ha ayudado a la empresa a delimitar qué descuentos son las más redituables y, con base en eso, asignar determinado presupuesto a la estrategia de marketing.

También recurre a herramientas de recomendación, mismas que son integradas en sus menús digitales, tanto en punto de venta como en plataformas de comercio electrónico, y que tienen como objetivo sugerir ciertos alimentos, bebidas y postres.

Estas propuestas derivan de un análisis de hábitos de compra, así como de las condiciones climáticas y de la zona geográfica.

THE LOGISTICS WORLD