

Burger King

Burger King tiene más de 50 años en el mercado y tienen aproximadamente 11000 restaurantes en 61 países en todo el mundo. Esto no es algo que se logre de la noche a la mañana. Para que una empresa haya crecido de esta manera tiene que estar haciendo algo bien, y esto parte de la correcta selección en su misión, visión y valores.

Visión de Burger King

La visión de Burger King es ser la empresa de comida rápida líder en el mundo. Esta compañía busca captar la atención de los clientes a través de la calidad de sus productos, un buen servicio e higiene en sus instalaciones.

Por otro lado, la visión de Burger King también se ha dirigido en tomar acciones para el cambio climático. Entre sus objetivos se encuentra reducir las emisiones de carbono absolutas de alcance 1 y 2 para el 2030 en un 100 %, y del alcance 3 en un 41 %. Además, están reduciendo los desperdicios al no utilizar tapas de plásticos para los clientes que consuman en el restaurante. Esto último ha logrado que se ahorren más de 30 toneladas de plástico al año.

Misión de Burger King

La misión de Burger King es ofrecer lo mejor en comida rápida y a precios justos, en un ambiente acogedor y limpio. Además, busca brindar el mejor servicio con empleados talentosos que se encuentren alineados a la visión y valores de la compañía.

Valores de Burger King

Si una empresa no tiene buenos valores, es cuestión de tiempo para que a la misma se le presenten problemas. Burger King está al tanto de la importancia de los valores en todas las compañías, por lo que entre sus valores se encuentra integridad, meritocracia, calidad y servicio al cliente.

Integridad

La ética y la moral son dos de los aspectos más importantes en cualquier empresa. Para Burger King, esto es lo que permitirá mantener buenas relaciones con sus proveedores y hacer negocios transparentes y honestos. De esta manera, es que lograrán siempre que se cumplan los requisitos legales para seguir brindando el mejor servicio a sus clientes.

Meritocracia

Uno de los valores de Burger King es la meritocracia. No exigen experiencia en sus trabajadores, ya que trabajan como una empresa escuela y confían en las personas. Fomentan la ayuda entre los más experimentados con los menos experimentados, para que así ayuden a crecer la empresa. Todo esto debido a que trabajadores jóvenes pueden llegar a aportar nuevos puntos de vistas que podrían ayudar mientras que los más antiguos aseguran la excelencia.

Calidad

De nada vale ofrecer un servicio de comida rápida, si este no cuenta con una alta calidad. Burger King utiliza los alimentos más frescos, mejores ingredientes y de más alta calidad, para alcanzar las expectativas de sus clientes. Además, cuentan con un sistema de gestión de la calidad que les permite estar mejorando cada día.

Productos y servicios

1. Productos (Menú)

- Hamburguesas: Whopper, Big King, Steakhouse, Rodeo, etc.
- Pollo: Nuggets, King de Pollo, Crispy Chicken, Chicken Fries.
- Vegetarianos: Whopper Vegetal, King Vegetal.
- Complementos: Papas fritas, aros de cebolla, ensaladas.
- Postres: Sundaes, cono de helado, pie de manzana.
- Bebidas: Refrescos, café, malteadas.

2. Servicios

- Entrega a domicilio: A través de su propia app y terceros como Uber Eats o Rappi.
- Autoservicio: Drive-Thru para ordenar sin bajar del coche.
- Pedidos en línea: Ordenar y paga desde la web o app.
- Programa de lealtad: Promociones y descuentos exclusivos.
- Juegos y áreas infantiles: En algunas sucursales.

3. Elementos clave para la web

- Menú interactivo: Descripción y fotos de los productos.
- Ubicaciones: Localizador de restaurantes.
- Promociones: Sección con ofertas y cupones.
- Pedidos en línea: Integración con sistemas de pago y entrega.
- Registro de usuarios: Para fidelización y descuentos.
- Soporte al cliente: Chat en vivo o formulario de contacto.