



MCDONALD'S CORPORATION · NYSE: MCD

Análisis de gestión y desempeño financiero

Ejercicios 2023 · 2024 · 2025 y primer trimestre 2026

Documento preparado para analistas del sector privado — consumo de alimentos

Fuente: Reportes 10-K (FY2023–FY2025) y 10-Q (1T2026) de McDonald's Corporation · Cifras en USD

ZUMMARATINGS
Clasificadora de Riesgo

ZUMMALC&S
Learning, Consulting & Sustainability

Acerca del informe presentado.

El siguiente informe y/o presentación ha sido elaborado por Zumma LC&S para uso propio y de Zumma Ratings El Salvador, Guatemala y demás unidades relacionadas a ambas empresas. La finalidad de la información presentada es la de comunicar y dar conocer la misma al mercado interesado. **No representa ninguna intención de comercializar, recomendar inversiones de ningún tipo. Solo tiene fines académicos.**

Zumma LC&S utiliza software de Inteligencia Artificial para elaborar las presentaciones, la data es revisada al interior de la empresa, sin embargo, pudieran presentarse errores no observados, o la misma información puede diferir de otras fuentes diferentes a la utilizada por Zumma LC&S.

Carlos Pastor.

carlos.pastor@zummaratings.com

carlos.pastor@zummalcs.com



Simbolo utilizado cuando la data o el análisis es obtenida mediante software de IA.



Mc Donald's _ Análisis.

El caso de inversión de McDonald's se entiende mejor cuando reconocemos su doble naturaleza: es la mayor cadena de comida rápida del mundo y, a la vez, una sofisticada plataforma de franquicia y bienes raíces que opera bajo un modelo *asset-light* de flujos recurrentes. Fundada por los hermanos McDonald en 1940 e institucionalizada por Ray Kroc en 1955 —con salida a bolsa en 1965—, edificó su ventaja sobre dos pilares: la estandarización operativa del “Speedee Service System” y la captura de valor vía regalías y arrendamientos, sin renunciar al margen de la operación de restaurantes. Esa innovación distribuida tiene raíz latinoamericana: la Cajita Feliz nació del “Menú Ronald” que Yolanda Fernández de Cofiño creó en Guatemala a mediados de los setenta, antes de su lanzamiento nacional en 1979.

La arquitectura del negocio explica la calidad de sus retornos. Con 45,356 unidades a cierre de 2025 y cerca del 95% franquiciadas, la matriz percibe rentas y *royalties* indexados a las ventas del sistema, mientras el franquiciado asume el capital, el costo laboral y el riesgo operativo del día a día. Esos *systemwide sales* —unos US\$129.7 mil millones en 2025— son la base sobre la que se devengan las regalías y el mejor indicador adelantado del *top line*. La operación se reparte en tres segmentos —Estados Unidos, los International Operated Markets y los mercados de licencia de desarrollo y corporativo—, lo que aporta cobertura de ciclo a cambio de cierta exposición a traducción cambiaria, y combina así bajo consumo de capital con un fuerte apalancamiento operativo.

El desempeño 2023–2025 evidencia la resiliencia del margen. Tras un 2023 de fuerte recuperación (comparables de +9.0%) y un 2024 de estancamiento (-0.1%), el sistema reacceleró en 2025: ingresos consolidados de US\$26,885 millones (+3.7%), utilidad neta de US\$8,563 millones y un margen operativo cercano al 46.1%, de los más altos del sector *quick-service*. El dato técnico clave es el *revenue mix*: los ingresos por franquicia ya pesan 61.6% del total y crecen de forma secular, con mayor margen de contribución y menor sensibilidad a la inflación de insumos. Esa rotación hacia ingresos de regalía es, precisamente, lo que blindo la rentabilidad cuando el tráfico disminuye.



Simbolo utilizado cuando la data o el análisis es obtenida mediante software de IA.

El primer trimestre de 2026 valida lo anterior: ingresos de US\$6,517 millones (+9.4% nominal; +4% en moneda constante), utilidad operativa +11.5% y comparables globales de +3.8% con todos los segmentos en positivo. Conviene precisar un punto que suele malinterpretarse: el patrimonio contable es negativo (~US\$1,791 millones en 2025), pero por un programa sostenido de recompras —no por insolvencia—, de modo que el ROE o el *debt-to-equity* pierden sentido analítico y deben sustituirse por indicadores de capacidad de pago: una cobertura de intereses de ~7.8x, un ROA cercano al 14.4%, una conversión de flujo de caja libre superior al 80% (FCF de ~US\$7,200 millones) y 49 años consecutivos elevando el dividendo, con un *payout* en torno al 60%.

Ningún análisis serio omite el riesgo: competencia intensa, elasticidad del consumo discrecional, traducción cambiaria (~60% de los ingresos se generan fuera de Estados Unidos), costo de fondeo sobre una estructura intensiva en deuda y dependencia de la salud financiera de los franquiciados. El combustible merece mención aparte por su efecto en cascada: un alza energética se propaga como *cost-push* —encarece transporte y distribución, los proveedores trasladan el costo a insumos, empaques y *utilities*, y comprime el margen del restaurante—, golpeando con más fuerza al operador que a la matriz. Los mitigantes son estructurales: *pricing power*, escala de compra, cobertura parcial de *commodities* y un parque inmobiliario a costo fijo; además, una gasolina cara induce *trade-down* hacia las propuestas de valor donde la marca gana participación. En balance, un activo defensivo y muy rentable, con palancas claras de crecimiento frente a riesgos mayormente macrofinancieros y, en buena medida, amortiguados por su propia arquitectura; la ponderación final corresponde, como siempre, al criterio de cada inversionista.

Mc Donald's Corp mantiene la calificación internacional de BBB+ otorgada por S&P.



Simbolo utilizado cuando la data o el análisis es obtenida mediante software de IA.

Agenda de la presentación

01 **El negocio y su razón operativa**
Modelo de franquicia, propósito y escala global

03 **Mercados y cómo se atienden**
Segmentos, estructuras de operación y cobertura

05 **Modelo de ingresos**
Ingresos de franquicia vs. ventas propias

07 **Indicadores financieros**
Rentabilidad, solidez y eficiencia

09 **Factor combustible en la cadena**
Transmisión de costos energéticos

02 **Fundación e historia**
De 1940 a la marca global · la Cajita Feliz

04 **Red de tiendas**
Restaurantes propios vs. franquiciados

06 **Comparativos contables**
Resultados, balance y flujo 2023–1T2026

08 **Riesgos de mercado e internos**
Mapa de riesgos del negocio

10 **Oportunidades y riesgos**
Síntesis balanceada para la decisión

Razón operativa: un franquiciador de escala global

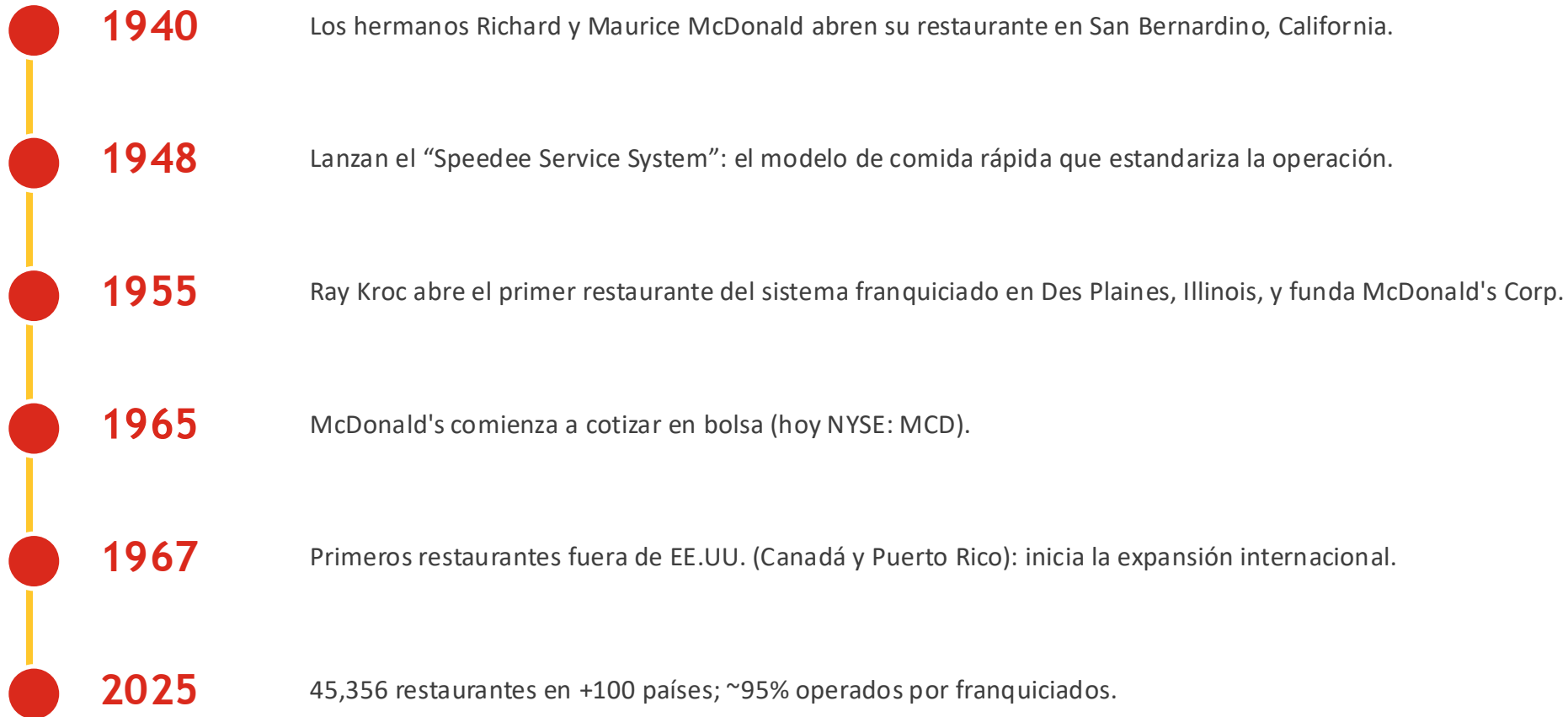
McDonald's franquicia, opera y posee restaurantes que sirven un menú localmente relevante de comida y bebidas de calidad en comunidades de más de 100 países. Su modelo es deliberadamente “aligerado en activos operativos”: la Compañía es ante todo franquiciadora y obtiene la mayor parte de sus ingresos de rentas y regalías ligadas a las ventas de los franquiciados, lo que genera flujos estables y predecibles.



¿Por qué importa al inversionista?

- **Ingresos recurrentes:** rentas y regalías sobre ventas, no sobre la operación diaria del restaurante.
- Menor intensidad operativa:** los franquiciados asumen costos de operación, capital de trabajo y empleo.
- Doble palanca inmobiliaria:** la Compañía generalmente posee o arrienda a largo plazo el terreno y el edificio.
- Restaurantes propios como laboratorio:** validan operación, menú y tecnología antes de escalar al sistema.

De un autoservicio en California a una marca global



La historia de la Cajita Feliz (Happy Meal)

Una innovación con raíz latinoamericana. A mediados de los años 70, **Yolanda Fernández de Cofiño**, operadora de McDonald's en **Guatemala**, creó el “Menú Ronald”: una hamburguesa, papas pequeñas y un helado pensados para que las madres alimentaran mejor a sus hijos.

La corporación llevó la idea a su agencia en Kansas City. **Bob Bernstein** diseñó una caja de cartón con forma de baúl de circo, con los arcos dorados como asas, ilustrada con juegos y dibujos, y la bautizó “**Happy Meal**”.

Tras pruebas regionales (Kansas City, 1977), la Cajita Feliz tuvo su **lanzamiento nacional en EE.UU. en 1979** y hoy es uno de los productos más reconocidos de la marca en el mundo.



Guatemala

Origen de la idea (Menú Ronald)

1979

Lanzamiento nacional en EE.UU.

Circo

Tema del empaque original

Tres segmentos reportables, cobertura en +100 países



Estados Unidos (U.S.)

El mercado más grande y maduro. Núcleo del sistema y de la generación de regalías.

US\$51.9B

ventas sistémicas 2025



Mercados Operados Internacionales (IOM)

Mercados desarrollados operados directamente: Reino Unido, Alemania, Francia, Canadá, Australia, entre otros.

US\$42.4B

ventas sistémicas 2025



Lic. de Desarrollo y Corporativo (IDL)

+75 países vía licenciatarios de desarrollo y afiliados (p. ej. Japón, América Latina) más actividades corporativas.

US\$35.3B

ventas sistémicas 2025

Segmentos reportables: U.S. e International Operated Markets. El segmento IDL & Corporate agrupa +75 países y actividades corporativas.

Cuatro estructuras de operación del restaurante

La estructura óptima para cada restaurante o país depende de la disponibilidad de operadores con experiencia y recursos, y del entorno legal y regulatorio (propiedad inmobiliaria y franquicia).



Franquicia convencional

El franquiciado opera; McDonald's posee/arrienda el inmueble y cobra renta + regalías sobre ventas, más cuotas iniciales.



Licencia de desarrollo

El licenciatario aporta capital e inmueble y opera; McDonald's cobra una regalía sobre ventas (no renta), con menor intensidad de capital.



Afiliados

McDonald's mantiene una inversión patrimonial; recibe una regalía sobre ventas y registra su participación en resultados.

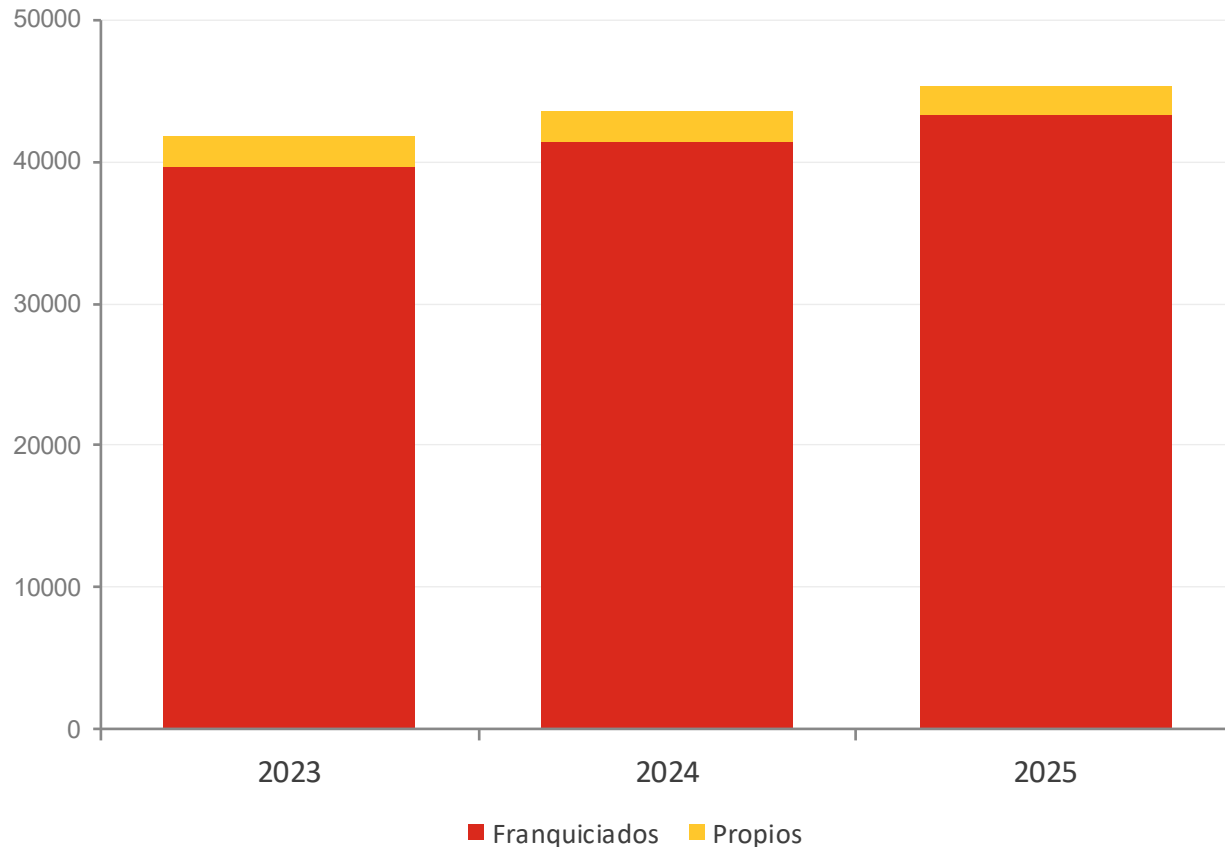


Propios (Company-operated)

McDonald's opera directamente; reconoce las ventas completas, pero también asume todos los costos de operación.

~95% de los restaurantes a nivel mundial son franquiciados — el modelo está diseñado para generar ingresos estables y predecibles.

Restaurantes propios vs. franquiciados (2023-2025)



Total Sistema (restaurantes a fin de año)

| Tipo (a fin de año) | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Franquicia convencional | 21,818 | 22,077 | 22,570 |
| Licencia de desarrollo | 8,684 | 9,247 | 9,675 |
| Afiliados extranjeros | 9,178 | 10,108 | 11,072 |
| Total franquiciados | 39,680 | 41,432 | 43,317 |
| Propios (Company-op.) | 2,142 | 2,045 | 2,039 |
| Total Sistema | 41,822 | 43,477 | 45,356 |

Lectura

El sistema creció +3,534 unidades (2023→2025), casi todo vía franquicia. Los propios bajaron levemente: McDonald's mantiene un núcleo operativo pequeño (~4.5% de las tiendas) y traslada el crecimiento al capital de los franquiciados.

Cómo gana McDonald's: franquicia vs. operación propia

Ingresos de FRANQUICIA



- **Rentas:** sobre el inmueble que la Compañía posee/arrienda
- Regalías:** % de las ventas del franquiciado
- Cuotas iniciales:** al abrir o renovar la franquicia
- Margen alto:** el franquiciado asume los costos operativos

US\$16,548M

61.6% de ingresos · 2025

Ventas de RESTAURANTES PROPIOS

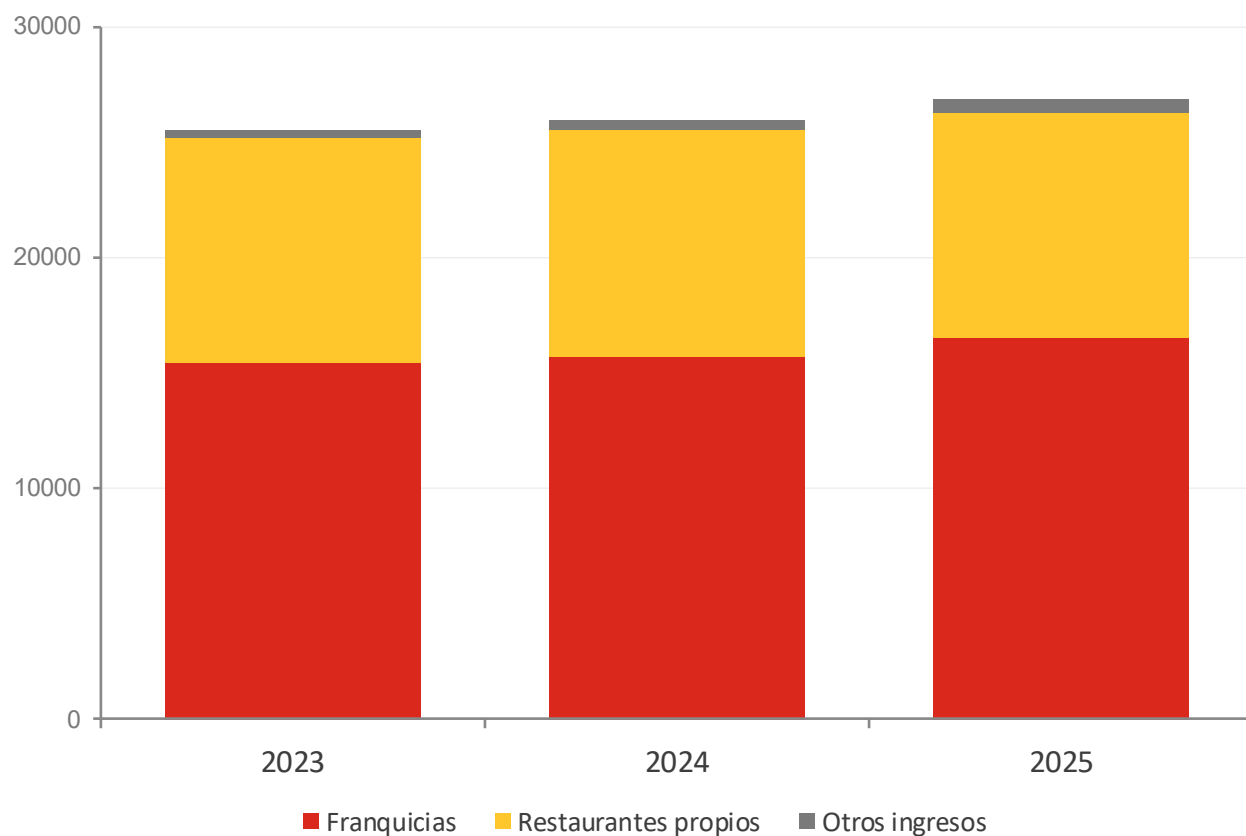


- **Venta directa:** se reconoce el ticket completo al cliente
- Costos propios:** alimentos, papel, nómina y ocupación
- Margen menor:** expuesto a inflación de insumos y salarios
- Rol estratégico:** laboratorio de operación, menú y tecnología

US\$9,690M

36.0% de ingresos · 2025

Composición y evolución de los ingresos (2023-2025)



Ingresos totales en US\$ millones

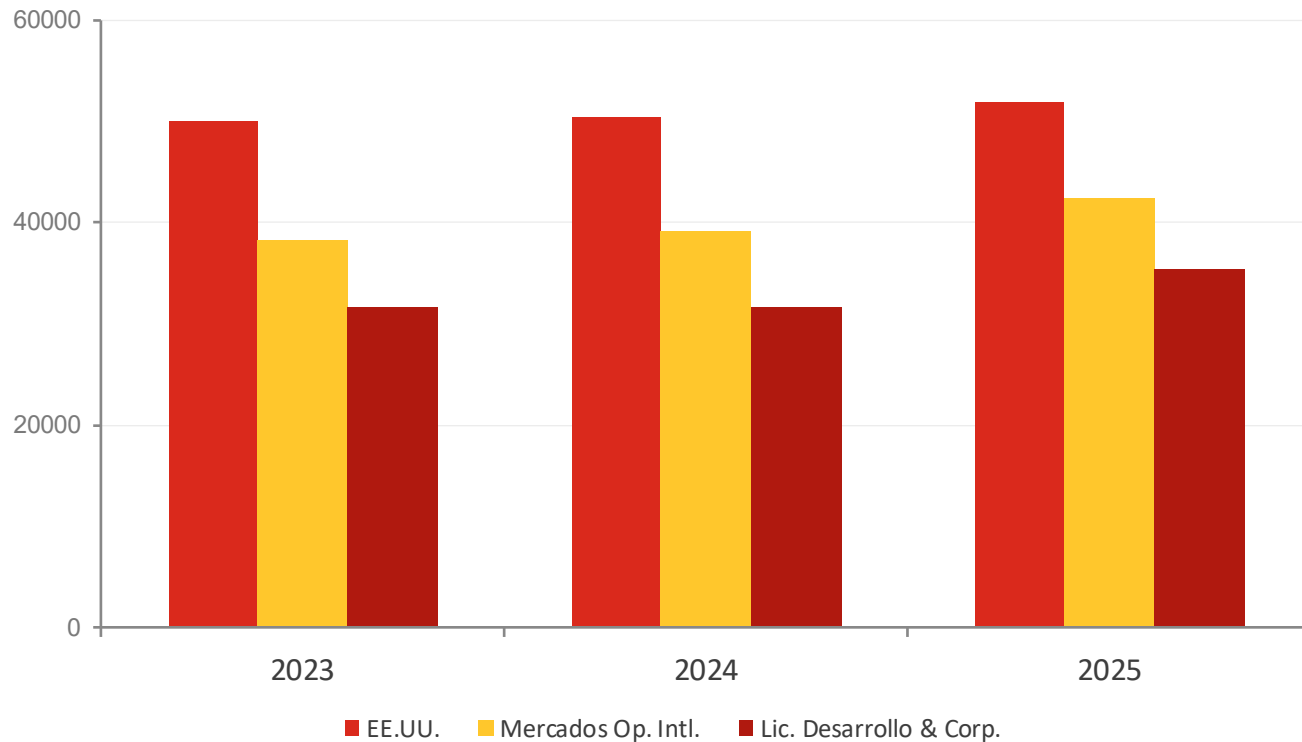
| US\$ millones | 2023 | 2024 | 2025 | Δ25/24 |
|-----------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Ingresos de franquicias | 15,437 | 15,715 | 16,548 | +5.3% |
| Ventas restaurantes propios | 9,742 | 9,782 | 9,690 | -0.9% |
| Otros ingresos | 316 | 423 | 647 | +53% |
| Ingresos totales | 25,494 | 25,920 | 26,885 | +3.7% |

Lectura

Las franquicias aportan el **61.6%** de los ingresos y crecen de forma sostenida (+5.3% en 2025). Las ventas propias se mantienen planas por la reducción de tiendas operadas. "Otros ingresos" (cuotas de tecnología y licencias de marca) crecen rápido pero aún son pequeños.

El motor del modelo: ventas del sistema por segmento

Las ventas sistémicas (Systemwide sales) son las ventas totales de todos los restaurantes —propios y franquiciados—. No son ingreso directo de la Compañía, pero son la base sobre la que se calculan rentas y regalías; reflejan la salud del sistema.



Ventas sistémicas por segmento · US\$ millones

US\$129,675M

Ventas sistémicas totales 2025 (+7% vs. 2024)

| Ventas comparables (%) | 2023 | 2024 | 2025 |
|------------------------|------------|-------------|------------|
| EE.UU. | 8.7 | 0.2 | 2.1 |
| Mercados Op. Intl. | 9.2 | -0.2 | 3.2 |
| Lic. de desarrollo | 9.4 | -0.3 | 4.6 |
| Total Compañía | 9.0 | -0.1 | 3.1 |

1T 2026: ventas comparables globales +3.8% (EE.UU. +3.9%, IOM +3.9%, IDL +3.4%).

06

Comparativos contables

Estado de resultados, balance y flujo de efectivo · 2023 – 1T 2026

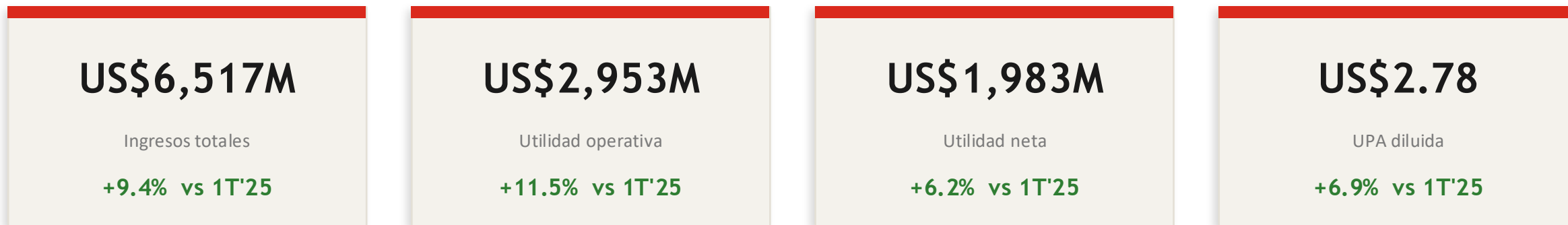


Resultados consolidados comparativos (2023-2025)

| US\$ millones (salvo UPA) | 2023 | 2024 | 2025 | Δ25/24 |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| Ingresos de franquicias | 15,437 | 15,715 | 16,548 | +5.3% |
| Ventas de restaurantes propios | 9,742 | 9,782 | 9,690 | -0.9% |
| Otros ingresos | 316 | 423 | 647 | +53.0% |
| Ingresos totales | 25,494 | 25,920 | 26,885 | +3.7% |
| Costos y gastos operativos | 13,847 | 14,208 | 14,492 | +2.0% |
| Utilidad operativa | 11,647 | 11,712 | 12,393 | +5.8% |
| Gasto financiero neto | 1,361 | 1,506 | 1,582 | +5.0% |
| Utilidad antes de impuestos | 10,522 | 10,345 | 10,897 | +5.3% |
| Provisión de impuestos | 2,053 | 2,121 | 2,334 | +10.0% |
| Utilidad neta | 8,469 | 8,223 | 8,563 | +4.1% |
| UPA diluida (US\$) | 11.56 | 11.39 | 11.95 | +4.9% |
| Dividendo por acción (US\$) | 6.23 | 6.78 | 7.17 | +5.8% |

Fuente: Consolidated Statement of Income, 10-K FY2025 (incluye comparativos de 2024 y 2023). Cifras en US\$.

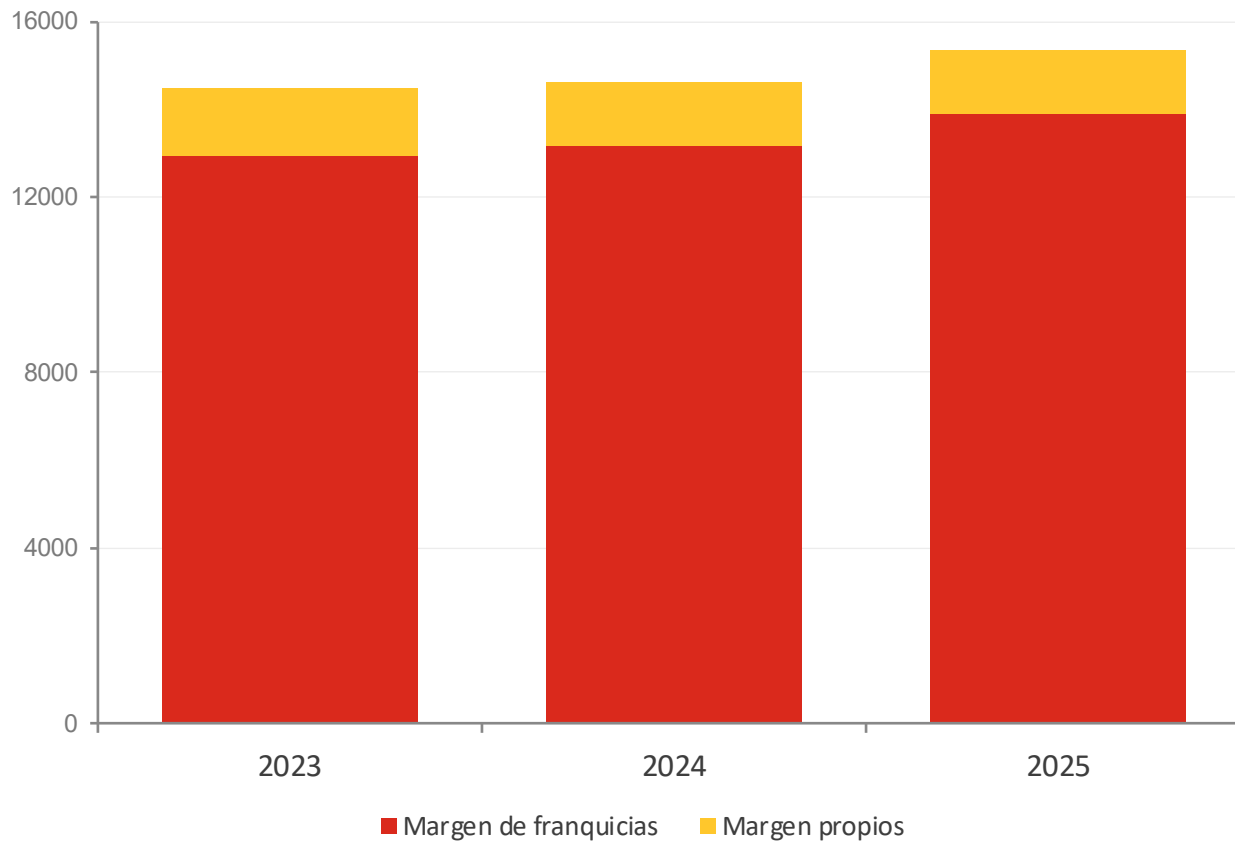
Arranque sólido: 1T 2026 vs. 1T 2025



| US\$ millones (salvo UPA) | 1T 2025 | 1T 2026 | Δ |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingresos de franquicias | 3,661 | 4,007 | +9.5% |
| Ventas de restaurantes propios | 2,132 | 2,317 | +8.7% |
| Otros ingresos | 162 | 193 | +19.1% |
| Ingresos totales | 5,956 | 6,517 | +9.4% |
| Utilidad operativa | 2,648 | 2,953 | +11.5% |
| Utilidad neta | 1,868 | 1,983 | +6.2% |

Crecimiento de ingresos +9% (+4% en moneda constante) y utilidad operativa +12% (+6% constante). La utilidad neta incluye cargos de reestructuración por US\$47M (“Accelerating the Organization”).

Dónde se genera el margen: franquicia vs. propios



Márgenes de restaurante · US\$ millones

| US\$ millones | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Margen de franquicias | 12,962 | 13,178 | 13,930 |
| Margen de propios | 1,517 | 1,447 | 1,422 |
| Margen total restaurantes | 14,479 | 14,625 | 15,351 |

Lectura

~90% del margen de restaurante proviene de franquicias, con expansión sostenida (+5% en 2025). El margen de propios es estructuralmente menor y sensible a la inflación de insumos, energía y salarios — el canal donde más pesa un mayor costo de combustible.

Estructura patrimonial comparativa (2023-1T2026)

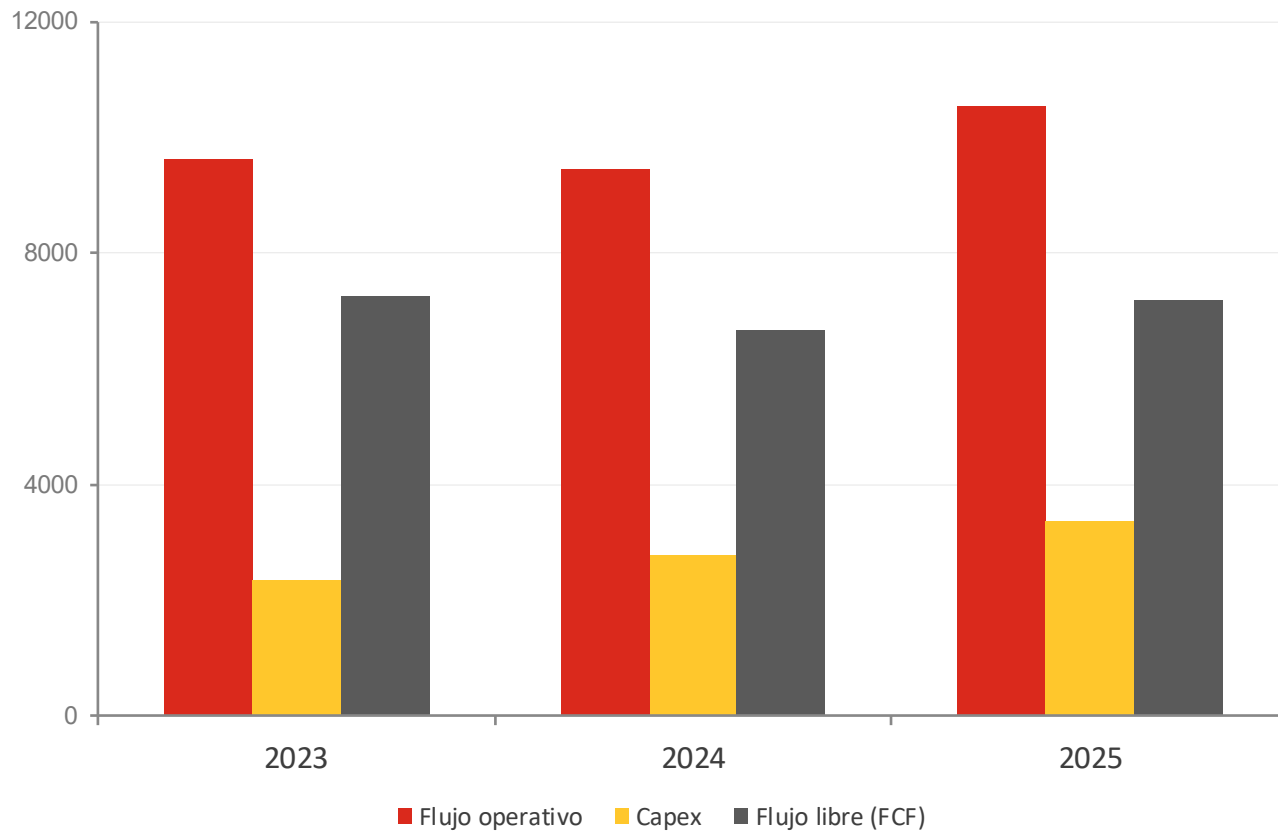
| US\$ millones | 2023 | 2024 | 2025 | 1T2026 |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Efectivo y equivalentes | 4,579 | 1,085 | 774 | 1,170 |
| Activos totales | 56,147 | 55,182 | 59,515 | 60,037 |
| Deuda de largo plazo | 37,153 | 38,424 | 39,973 | n.d. |
| Patrimonio (déficit) | (4,707) | (3,797) | (1,791) | (1,286) |



Importante: el patrimonio negativo NO indica insolvencia

El “déficit” patrimonial se origina en décadas de recompra de acciones: el costo acumulado de la acción en tesorería asciende a ~US\$79,300M (2025), contra utilidades retenidas de ~US\$70,300M. Es una decisión deliberada de estructura de capital —devolver caja al accionista usando deuda barata—, no un signo de debilidad financiera. **Por ello, ratios como ROE o Deuda/Patrimonio no son significativos; conviene usar ROA, cobertura de intereses y Deuda/Activos.**

Generación de caja y retorno al accionista (2023-2025)



Flujos de efectivo · US\$ millones

| US\$ millones | 2023 | 2024 | 2025 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Flujo de operación | 9,612 | 9,447 | 10,551 |
| Capex | (2,357) | (2,775) | (3,365) |
| Flujo libre (FCF) | 7,255 | 6,672 | 7,186 |
| Dividendos pagados | 4,533 | 4,870 | 5,115 |
| Recompra de acciones | 3,054 | 2,824 | 2,056 |

Lectura

El flujo operativo crece a US\$10,551M en 2025 (+12%). Pese a mayor capex por aceleración de aperturas, el FCF se mantiene robusto (~US\$7,200M) y financia con holgura dividendos crecientes (49 años consecutivos de aumento) y recompras.

Rentabilidad y eficiencia operativa

| Indicador | 2023 | 2024 | 2025 | 1T2026 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|--------|
| Margen operativo | 45.7% | 45.2% | 46.1% | 45.3% |
| Margen neto | 33.2% | 31.7% | 31.9% | 30.4% |
| Margen total de restaurante | 56.8% | 56.4% | 57.1% | — |
| ROA (utilidad / activos) | 15.1% | 14.9% | 14.4% | — |
| Tasa impositiva efectiva | 19.5% | 20.5% | 21.4% | 22.0% |
| % ingresos de franquicia | 60.6% | 60.6% | 61.6% | 61.5% |

46.1%

Margen operativo 2025 — de los más altos del sector restauranero

~32%

Margen neto sostenido pese a mayor costo financiero

La rentabilidad se mantiene en niveles de élite. La leve compresión del margen neto refleja un mayor gasto financiero y una tasa impositiva creciente, no deterioro operativo: el margen operativo de hecho mejora.

Solidez, cobertura y retorno al accionista

| Indicador | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------|-------|-------|-------|
| Cobertura de intereses (UO/int.) | 8.6x | 7.8x | 7.8x |
| Deuda de LP / activos | 66.2% | 69.6% | 67.2% |
| Payout de dividendos (DPA/UPA) | 53.9% | 59.5% | 60.0% |
| Conversión de FCF (FCF/U. neta) | 85.7% | 81.1% | 83.9% |
| Capex / ingresos | 9.2% | 10.7% | 12.5% |

7.8x

Cobertura de intereses — la utilidad operativa cubre casi 8 veces el gasto financiero

60%

Payout de dividendos — sostenible y con espacio para seguir creciendo

Apalancamiento elevado pero gestionado: deuda estable frente a activos, fuerte cobertura de intereses y alta conversión de caja. El mayor capex refleja inversión en crecimiento (aperturas y tecnología), no estrés financiero.

08

Mapa de riesgos

Riesgos de mercado y riesgos internos del negocio



Factores externos que pueden afectar resultados



Competencia intensa

Mercado fragmentado y muy competido en precio, valor, conveniencia y digital.



Condiciones macro y consumo

Inflación, desempleo, tasas y confianza del consumidor afectan tráfico y ticket.



Tipo de cambio

~60% de ingresos fuera de EE.UU.: la traducción a dólares genera volatilidad.



Costos de commodities

Res, pollo, papa, energía y combustible son volátiles y solo cubribles en parte.



Tasas de interés / crédito

Mayor costo de fondeo o baja de calificación encarecen una estructura intensiva en deuda.



Regulación y geopolítica

Cambios fiscales, laborales, sanitarios y tensiones comerciales (aranceles).

Factores propios del modelo y la operación



Dependencia de franquiciados

El resultado depende de la salud financiera y cooperación de los operadores.



Cadena de suministro

Interrupciones, escasez o alzas de precio impactan costos y disponibilidad.



Marca y reputación

Calidad, seguridad alimentaria y percepción social son críticas para el sistema.



Talento y sucesión

Disponibilidad y costo de mano de obra; continuidad del liderazgo.



Tecnología y ciberseguridad

Plataformas digitales, datos de clientes y continuidad operativa.



Portafolio inmobiliario

Gran base de inmuebles con baja flexibilidad de reconfiguración rápida.

El mayor costo de combustible y su efecto en toda la cadena

La Compañía identifica explícitamente el “combustible y los servicios (utilities)” entre los costos de commodities que afectan la rentabilidad de los restaurantes propios, y a la logística/distribución como riesgo de cadena de suministro. Un alza sostenida del combustible se transmite por varios canales:



Efecto en el consumidor

Gasolina más cara reduce el ingreso disponible y puede frenar el tráfico; **pero también impulsa el “trade-down”** hacia menús de valor, donde McDonald's compite bien. El efecto neto suele ser mixto y relativamente favorable frente a alternativas de mayor precio.

Mitigantes de McDonald's

- **Modelo franquiciado:** el franquiciado absorbe la mayor parte del costo directo de operación.
Escala de compra y contratos; cobertura parcial de insumos.
Poder de fijación de precios de menú y control de costos.
Rápida rotación de inventario y base de inmuebles a costo fijo.

Palancas de crecimiento y creación de valor



Expansión de unidades

~2,600 aperturas previstas en 2026; crecimiento de la red liderado por franquiciados.



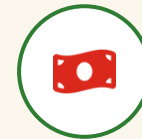
Digital, delivery y lealtad

Programa de fidelidad y canales digitales amplían frecuencia, ticket y datos del cliente.



Mercados internacionales

IOM e IDL crecen por encima de EE.UU.; espacio de penetración en mercados emergentes.



Valor y asequibilidad

Liderazgo en propuestas de valor capta consumidores en entornos de presión de gasto.



Apalancamiento operativo

Modelo aligerado en activos: el crecimiento de ventas escala con bajo capital propio.



Retorno al accionista

FCF robusto sostiene dividendos crecientes (49 años) y recompras.

Balance de oportunidades y riesgos

Fortalezas y oportunidades

- Modelo franquiciado con ingresos recurrentes y márgenes de elite (UO 46%).
- Crecimiento sostenido de ventas sistémicas y comparables; arranque fuerte en 1T2026.
- Generación de caja robusta (FCF ~US\$7.2B) y retorno consistente al accionista.
- Expansión de unidades y palanca digital/lealtad como motores de crecimiento.
- Marca global y propuesta de valor resiliente ante presión de gasto del consumidor.

Riesgos a vigilar

- Inflación de insumos, energía y combustible que presiona el margen de propios y a franquiciados.
- Estructura intensiva en deuda y patrimonio negativo: sensibilidad a tasas y calificación.
- Exposición cambiaria (~60% de ingresos fuera de EE.UU.).
- Competencia intensa y cambios regulatorios/geopolíticos (aranceles, fiscalidad).
- Dependencia de la salud y cooperación de la red de franquiciados.

Conclusión: McDonald's combina un modelo de negocio defensivo y altamente rentable con palancas de crecimiento claras; los riesgos son mayormente macro/financieros y, en buena parte, mitigados por la estructura franquiciada. La decisión de inversión debe sopesar la calidad del flujo frente al apalancamiento y la sensibilidad a costos de insumos y energía.

Bases del análisis

Fuentes primarias

Reportes anuales (Form 10-K) de McDonald's Corporation: ejercicios 2023, 2024 y 2025.

Reporte trimestral (Form 10-Q): primer trimestre 2026 (vs. primer trimestre 2025).

Historia de la Cajita Feliz: prensa y registros públicos (Newsweek, Wikipedia, agencia Bernstein-Rein).

Notas

Cifras en dólares estadounidenses (US\$). Los importes pueden no sumar exactamente por redondeo.

Indicadores (márgenes, ROA, cobertura, payout, FCF, etc.) calculados por el autor a partir de los estados financieros reportados.

El patrimonio negativo deriva de la recompra acumulada de acciones; ROE y Deuda/Patrimonio se omiten por no ser significativos.

Ventas sistémicas y comparables no son ingresos directos de la Compañía; son métricas operativas del sistema.

Documento informativo; no constituye recomendación de inversión ni asesoría financiera.

Acerca de Zumma Ratings.

Zumma Ratings es una Empresa Clasificadora de Riesgo que presta sus servicios financieros en los mercados que se le requiera de manera privada, y en los mercados de El Salvador y Guatemala tanto para la clasificación de riesgo pública (requerimiento regulatorio) así como privada. Zumma Ratings se encuentra inscrita ante la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador (2001); en el Registro de Mercado de Valores de Guatemala y ante la Superintendencia de Bancos del mismo país (2017). La Sociedad se originó en Perú en 1996 bajo el nombre de Equilibrium Clasificadora de Riesgo S.A. Desde su fundación hasta el año 2000, mantuvo un acuerdo de asociación con Thomson Bankwatch, la clasificadora de riesgo más grande a nivel global para entidades financieras.

En noviembre de 2007, la Sociedad firmó un contrato de afiliación con Moody's Investors Service el cual finalizó en marzo de 2015 con la compra de las operaciones de Equilibrium Panamá y Perú por parte de Moody's; incluyendo el nombre comercial. Es por ello que durante 2015, se materializó el cambio de razón social de la Sociedad en El Salvador (de Equilibrium a Zumma Ratings) y la adquisición de la misma por un nuevo grupo de Accionistas con amplia experiencia internacional en materia de calificación de riesgo.

La calificación de riesgo surge de la necesidad de contar con un sistema de categorización que permitiera identificar - de manera confiable - el perfil crediticio y/o la calidad de los instrumentos de oferta pública que circulan en los mercados de valores. Al respecto, producto de los distintos movimientos económicos y financieros a lo largo de los últimos años, es mayor el interés por parte de las empresas en clasificadas sin que necesariamente sean emisores de valores, sino que lo hacen a la luz de verificar los riesgos técnicos - operativos, crediticios, financieros y sectoriales que puedan estar limitando su gestión.

La categoría que se otorga refleja la opinión sobre la capacidad de pago y perfil crediticio de la entidad calificada. Dicha opinión es constantemente revisada durante la vigencia de la relación contractual, cuyo resultado es comunicado al mercado en caso de tratarse de una clasificación pública, y en caso de corresponder a un proceso de clasificación privado, la evaluación será sustentada sólo ante el Directorio o ejecutivos que la institución asigne.



CONTACTO

Clasificaciones públicas y privadas.



*Servicio de clasificación de riesgo privada aplica a toda la región.
Servicio de clasificación pública o regulatoria aplica en El Salvador y Guatemala.*

📍 EL SALVADOR
☎ Tel (503) 2275 4853 / 22754854 / 2524 5201
✉ zummaratings@zummaratings.com

📍 GUATEMALA
☎ Tel.: (502) 2215-4100
✉ smarin@zummaratings.com

CONTACTÉNOS
☎ +503 7118-8970



Acerca de Zumma LC&S.

Somos una firma centroamericana dedicada a brindar servicios con valor agregado en la región a través de dos columnas: Formación Ejecutiva (Learning) - Consulting & Sustainability.

Zumma LC&S se formó el 3 de octubre de 2022 en El Salvador, sin embargo sus accionistas tienen más de 25 años de experiencia en el sector de clasificación de riesgo para empresas de diferentes sectores que participan o no en el mercado de capitales. Formación Ejecutiva en Alianza con ESAN Graduate School of Business (ESAN). ESAN se ubica dentro del TOP 7 para América Latina en el Ranking de la Revista América Economía. Igualmente ESAN ocupa el 1er puesto en el ranking para Perú en el prestigioso QS World University Rankings. En el año 2024 Zumma LC&S continuó ampliando su red de alianzas y firmó un acuerdo de cooperación con la empresa Personaz, firma con amplia experiencia internacional en consultoría relacionada con sistemas de sostenibilidad, doble materialidad, certificaciones GRI (Global Reporting Initiative). Del mismo modo Zumma LC&S en 2025 consolida una nueva alianza con “A2G” empresa consultora especialista en estrategias de sostenibilidad, acción climática, economía circular e inversión ASG. Estas colaboraciones refuerzan el compromiso de Zumma LC&S de ofrecer formación ejecutiva de excelencia, proporcionando herramientas y conocimientos clave para el éxito profesional en un entorno Empresarial dinámico y desafiante.

Alianzas comerciales para Centroamérica



CONTACTO.

Formación ejecutiva y consultoría.



VISÍTANOS

Edificio Gran Plaza Oficina 304
Boulevard Sergio Vieira de Mello.
San Salvador, El Salvador

El Salvador



LLÁMANOS

(503) 2298-9951
(503) 7495-6316
(503) 6064-9745



CONTÁCTANOS

zummalcs@outlook.com
carlos.pastor@zummalcs.com
jandres@zummalcs.com
jackiedechacon@zummalcs.com





MCDONALD'S CORPORATION · NYSE: MCD

Análisis de gestión y desempeño financiero

Ejercicios 2023 · 2024 · 2025 y primer trimestre 2026

Documento preparado para analistas del sector privado — consumo de alimentos

Fuente: Reportes 10-K (FY2023–FY2025) y 10-Q (1T2026) de McDonald's Corporation · Cifras en USD

ZUMMARATINGS
Clasificadora de Riesgo

ZUMMALC&S
Learning, Consulting & Sustainability