

La historia de McDonald's y cómo pasó de "restaurante de barrio" a líder mundial

Tres personas fueron clave en este éxito: los hermanos Dick y Mac Mc Donald desarrollaron el concepto de "comida rápida" y Ray Kroc creó "el imperio"

-
-
-
-

- ...

Por **Belen Conti**

Hoy en día, McDonald's es sinónimo de comida rápida y franquicia exitosa. Tanto es así que expresiones como "arcos dorados", "cajitas felices", Ronald McDonald o Big Mac se han convertido en parte habitual del vocabulario popular.

Sin embargo, esto no siempre fue así. De hecho, el éxito actual es el resultado de la combinación y el trabajo de varias "mentes innovadoras y emprendedoras" que supieron diseñar un método sin precedentes y llevar esa visión al mundo.

Sin dudas, hay **tres personajes fundamentales** en la historia de este "camino a la fama". Por un lado, los hermanos **Richard y Maurice (Dick y Mac) McDonald** y, por el otro, **Ray A. Kroc**.

A los dos primeros, se les puede atribuir el concepto de "comida rápida", ya que fueron quienes supieron darle forma a esta idea. Pero fue gracias al tercero que Mc Donald's se transformó en el imperio que es hoy en día.

Pero para entender el presente, hace falta primero remontarse al pasado y comprender cómo estos personajes y sus historias se cruzaron para dar forma a un gran éxito.

El modelo de Ford trasladado a la cocina

En sus comienzos, McDonald's tenía una imagen bastante diferente de la que actualmente se conoce. De



hecho, cuando en 1940 los hermanos abrieron su primer restaurante en **San Bernardino (California)**, se trataba de un "**Bar-B-Q**" que ofrecía 25 platos diferentes.

Sin embargo, hubo un hecho que cambió el modo de pensar de Dick y Mac y los llevó a realizar modificaciones: la Segunda Guerra Mundial.

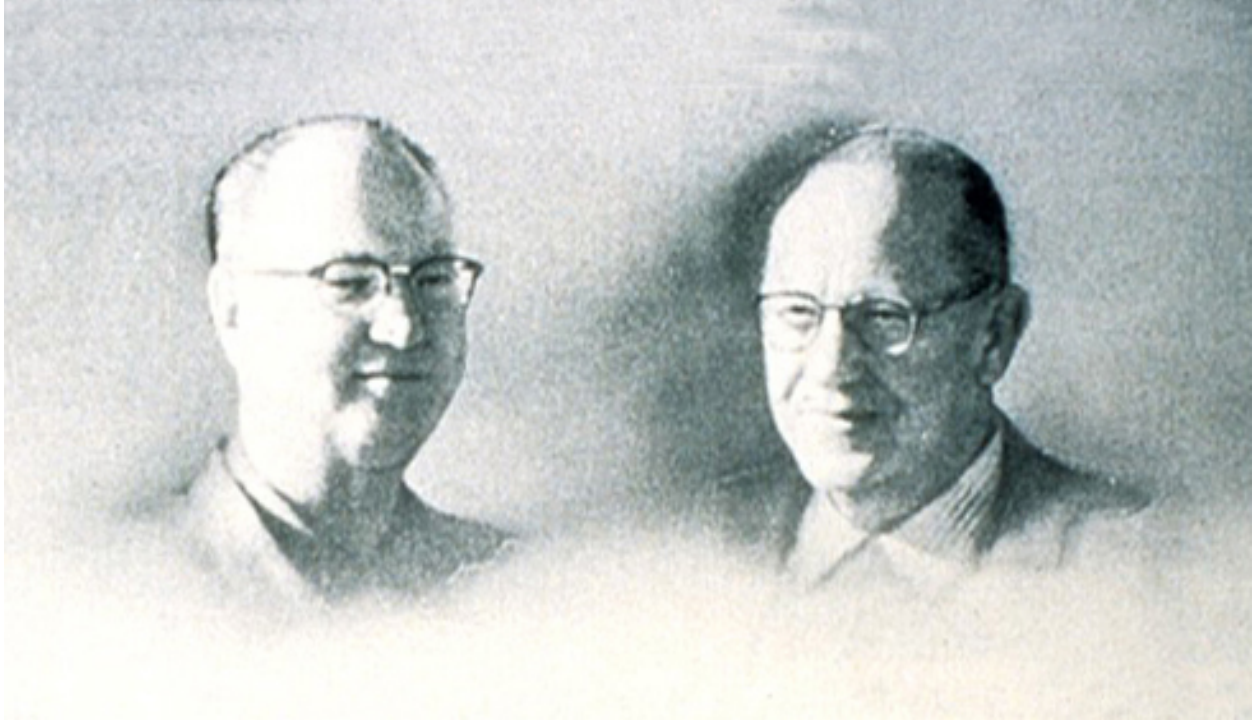
Sucede que, como explica Michael Stern, el coautor de Encyclopedia of Pop Culture, una vez finalizados los enfrentamientos, los americanos tenían un sentimiento de "hemos luchado, hemos ganado, ahora nos toca la buena vida. Y por definición, esa **buena vida incluye velocidad**, en términos de obtener lo que se quiere, cuando se quiere".

¿Cómo se trasladó esto al mundo de la comida? La idea que tuvieron los hermanos fue revolucionaria para la época. Si bien su Bar-B-Q venía funcionando muy bien, decidieron **cerrarlo para implementar cambios** tendientes a "acelerar" el servicio.

Los **ejes de su nuevo concepto** fueron claves para que en diciembre de 1948 surgiera el primer McDonald's propiamente dicho:

- **Reducir el menú a sólo 9 opciones** (hamburguesas, papas fritas, bebidas y milkshakes), que eran las más rentables del anterior restaurante. De hecho, el **80% de los beneficios de su negocio venía de las famosas "burgers"**.
- **"Estandarizar los procesos"** en la cocina, convirtiéndola en una especie de "línea de ensamblaje" como las que Henry Ford había introducido en las fábricas. Para esto, **ampliaron las parrillas y crearon "dispensers" de condimentos** para que todas las hamburguesas siempre salieran iguales.
- Introducir el concepto de **"self-service"**.

"Cuando la gente se enteraba de lo que íbamos a hacer, pensaba que estábamos locos, porque sin esos cambios éramos el restaurante 'drive-in' más popular de la ciudad", contó Richard McDonald en un documental sobre la empresa.



Pero la historia demostró que no estaban equivocados. Y es que, llevadas a la práctica, sus ideas **permitieron reducir el tiempo de servicio de 30 minutos a 30 segundos**. Y así **nació** el concepto de "**comida rápida**". Así, rompiendo todas las reglas existentes en el mercado, los hermanos McDonald se destacaron de la competencia y su historia comenzó a ser noticia a lo largo y ancho de EE.UU., atrayendo la atención de inversores.

De hecho, en 1952, los hermanos **vendieron su primera franquicia a Neil Fox en Phoenix**, ocasión que aprovecharon para hacer un prototipo de cómo serían los futuros restaurantes McDonald's, creando en ese proceso los **arcos amarillos** que se transformarían con los años en el símbolo de la multinacional.



Pero más allá de esa franquicia en particular, una especial relevancia tuvo un visionario que se acercó a Mac y Dick para proponerles una expansión del negocio: Ray A. Kroc.

Ray A. Kroc, el fundador del "imperio"

Si a los hermanos McDonald se les puede atribuir el método y concepto de la comida rápida, a **Ray A. Kroc claramente le cabe la calificación de "fundador del imperio"**.

Y es que mientras Dick y Mac estaban contentos con ver prosperar su negocio, a Ray se le ocurrió la idea de expandir ese concepto por todo Estados Unidos.



Pero, ¿cómo se cruzaron sus caminos? Ray era representante exclusivo de la marca de batidoras "Prince Castle Multimixer", motivo por el cual había recorrido en su vida muchos restaurantes norteamericanos.

En los años '50, el negocio estaba en caída ya que muchos bares estaban cerrando sus puertas. Por eso, cuando en 1954 un pequeño local de San Bernardino le ordenó 8 máquinas, enseguida captó su atención.

Al acercarse al lugar, Ray **quedó sorprendido por la efectividad con la que se trabajaba allí** y la rapidez de su operación: se concentraban en pocos productos y eso les permitía mantener la calidad en cada paso sin perder tiempo.

Enseguida Kroc notó que la idea iba a ser un suceso y por eso les propuso a los hermanos una **visión**: crear **restaurantes McDonald's en todo el territorio de EE.UU.** Tanto creía en esa idea que cuando Dick y Mac le dijeron que ellos no querían encargarse de tal tarea, **él mismo se puso al frente de la expansión.**



Solo un año después de esta propuesta, **en 1955, Kroc abrió su primer McDonald's en Des Plains, Illinois.** Para **1965**, el número de restaurantes **ya había trepado a 700** y **hoy** en día hay **más de 30.000** puntos de venta en los cinco continentes.

Otro hito de la empresa se selló en 1958, cuando la cadena vendió su hamburguesa número 100 millones. Y, tiempo más tarde, en **1961, Kroc compró todos los derechos sobre la marca McDonald's en Estados Unidos** por un total de **u\$s2,7 millones.**



Una filosofía única

Según cuentan en el mismo sitio web de la firma, Ray Kroc quería que los restaurantes de la compañía se basaran en **tres pilares fundamentales**:

- **Calidad.**
- **Servicio.**
- **Limpieza.**

Posteriormente, se añadió un **cuarto principio** a su filosofía empresarial: **el Valor o Precio**. De hecho, las hamburguesas, en sus inicios, **salían apenas 15 centavos de dólar**.

De este modo, Ray A. Kroc hizo de McDonald's un restaurante familiar y abierto a todos, famoso porque **su comida siempre mantenía la misma calidad y se preparaba igual** desde Alaska hasta Alabama.

Para que el negocio fuera exitoso, otro punto en el que se centró este líder fue crear un nuevo concepto en cuanto a la relación con los **proveedores y franquiciados, que se convirtieron en "socios" de la compañía**. Y es que, como aseguran desde el mismo sitio web de la cadena, Kroc "sabía que el éxito de la empresa radicaba en colaborar estrechamente con cientos de pequeños empresarios, participando todos ellos de una **filosofía común**".

Por eso, el empresario promovió el slogan **"In business for yourself, but not by yourself"** ("En los negocios por tí mismo, pero no solo"). Y es que, como él mismo decía, su razonamiento se basaba en el viejo dicho de que un banco es tan fuerte como cada una de sus patas y la suya tenía tres:

- McDonald's.
- Los franquiciados.
- Los proveedores.

Apuntando a la formación

Para seguir avanzando como empresa, McDonald's notó que **era necesario tener un lugar donde formar a su personal.**

Por eso, **en 1961 inauguró la "Universidad de la Hamburguesa"**, hoy establecida en Oak Brook, cerca de Chicago.



Por sus aulas pasan anualmente más de 3.000 alumnos entre directivos de la compañía, franquiciados, gerentes de restaurantes y empleados de todo el mundo, comentaron desde la cadena de comidas rápidas.

Y añadieron también que gran parte del esfuerzo en materia de formación de McDonald's se dirige también hacia el personal de cada restaurante, mediante la organización constante de cursos de entrenamiento.

Asimismo, la filosofía de la empresa se centra en **buscar talento "dentro de sus propias filas"**. Por eso, a los empleados se les da la oportunidad de compaginar su trabajo con sus estudios, al tiempo que se potencia la promoción interna.

Un dato no menor es que, en 1956, en el primer local que abrió Ray A. Kroc en Illinois entró a trabajar un joven llamado **Fred Turner**, quien **comenzó como mesero, pronto se transformó en jefe de operaciones y años más tarde se convirtió en presidente** de la compañía.

Años que marcaron hitos

Algunos de los años claves en la historia de McDonald's ya fueron mencionados, ya que entre la década del '40 y '50 se sentaron las bases del imperio. Pero a partir de entonces muchas innovaciones siguieron construyendo el éxito de la compañía:

- En **1962**, el local de Denver, Colorado, se transformó en el **primero en ofrecer asientos en el interior**, ya que hasta entonces, la marca había basado su éxito en la comida para llevar.
- En **1965** la firma celebró su décimo aniversario con su **primera emisión pública de acciones, a u\$s22,50 cada una**.
- En **1966**, **Ronald McDonald** debutó con su primer anuncio televisivo. Fue todo un hit, al punto que apareció en el desfile del Día de Gracias de Macy's, y se transformó en sinónimo de la empresa.

<http://www.youtube.com/watch?v=ZwJH2fZhYSk>

- En **1967** McDonald's **se internacionalizó**: abrió sus primeros locales en Canadá y Puerto Rico. Hoy está presente en 119 países.
- En **1968** se introdujo otro ícono: el **Big Mac**.
- Y en **1969** otro símbolo de McDonald's hizo su aparición tal como hoy se lo conoce: los famosos **arcos dorados**, logo de la compañía.

- En **1973** debutó el también popular "**Cuarto de libra**".
- Otro gran "representante" de la marca salió a la luz en **1979: la Cajita Feliz**.
- En **1984**, la firma estuvo de luto: **falleció Ray A. Kroc**.
- En **1987**, debió comenzar a atender el incipiente "ánimo saludable" que empezaba a sentirse en la sociedad y para adaptarse a los cambios introdujo las **primeras ensaladas**.
- En **1996** se adentró al mundo digital con el debut de [McDonalds.com](https://www.mcdonalds.com).

La historia que sigue es conocida, con la incorporación de nuevos productos año tras año y la innovación como una de las principales normas de la compañía.

Pero a pesar del paso del tiempo, los **pilares de la empresa se siguen manteniendo** con el método de los hermanos Dick y Mac McDonald siempre presente en las cocinas de todo el mundo, y la visión empresarial de Ray A. Kroc como alma y filosofía de la firma.