



Nombre de la alumna: Citlali Anahi García Gómez.

Nombre del profesor: Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: ENSAYO

Materia: DIRECCIÓN Y LIDERAZGO

Grado: 7°

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: A

Comitán de Domínguez, Chiapas, a 24 de septiembre del 2021.

La película está basada en una historia real, el nombre real de la película se llama "The Founder" y se trata de cómo es que Ray Kroc, un hombre que vivía en Illinois, y ya tiene tiempo vendiendo artefactos en un sin fin de establecimientos lo que él veía según como productos novedosos, pero algunas veces eran vistos como inútiles. El hombre sabía que palabras decir para poder vender sus productos, solo que al parecer había perdido la esencia de saber vender. Ray Kroc era un hombre visionario, se notó en los comienzos de la película cuando escucha sus discos motivacionales. Después de un largo tiempo tratando de vender su licuadora, Ray se encuentra con este restaurante en San Bernardino, California, llamado "Mc Donalds" cuyos dueños eran Dick y Mac. Ellos estaban manejando un negocio muy exitoso gracias a lo que ellos llamaban el sistema de velocidad lo cual fue innovación pura puesto que lograron hacer que las hamburguesas estuvieran listas en 30 segundos en lugar de 30 minutos.

Aunque el restaurante era un éxito, los hermanos solo querían enfocarse en el mercado de su ciudad, mientras que Ray, veía el país entero como su mercado. Fue entonces cuando Ray les pidió que hicieran el restaurante una franquicia, fue ahí cuando después de un buen tiempo insistiéndoles, logro convencerlos. Después, se puso a trabajar, esto significaba que tenía que convencer a diferentes personas que quisieran invertir en tener una franquicia en diferentes ciudades de Estados Unidos. El problema era, que comenzó acercándose a la gente más adinerada, ellos no tomaron la idea del sistema como debía de ser, y como los hermanos Mc Donald querían, terminaron vendiendo pollo frito e introduciendo lechuga a las hamburguesas. Fue ahí cuando un día por la mañana al llegar a su oficina, conoció a un hombre humilde pero trabajador, de apellido judío, pero que estaba vendiendo biblias católicas. Ray le pregunto, ¿porque estas vendiendo esto? A lo que el hombre contesto, "Me tengo que ganar la vida". Fue gracias a esa frase que Ray entendió que se había estado dirigiendo a los inversores equivocados.

Hasta este punto en este caso Ray intenta un enfoque en operaciones, podemos ver claramente este ejemplo porque trata de reducir los costos en los restaurantes, el ejemplo más claro diría, que es cuando se deshace del helado, y lo cambia por malteadas en polvo. Por otra parte, a mí me encantaba la manera en la que pensaban los hermanos en cuanto a su negocio, ellos tenían una filosofía de ser los mejores en lo que hacen, ellos competían para ser mejores ellos mismos, y para ser únicos. Esto los diferenciaba de muchas empresas debido a que muchas, su estrategia es competir con sus rivales bajo las mismas decisiones.

Para concluir, una de las cosas que más me llamo la atención fue la estrategia que utilizaron los hermanos Richard y Maurice McDonald, la cual fue dar un servicio rápido y eficaz que a comparación de las demás empresas esto fue lo que ayudo a sobre salir de la competencia, de igual manera, algo que me gusto de Ray Kroc fue que el logro quedarse con la empresa gracias a la visión a futuro que tuvo sobre esta, la enseñanza que me dejo esta película fue que aunque tengas un producto único e innovador siempre hay que tener una visión clara hacia el futuro para lograr obtener un producto o servicio exitoso.

1. ¿Qué diferencias encuentro entre los estilos de liderazgo de los personajes?

Los hermanos **McDonald's** eran unos genios y eso los llevó a **innovar** de manera magistral. Ellos se centraban en los clientes por lo que cualquier tipo de innovación, ya sea incremental o disruptiva, sería en beneficio de este, sin alterar el producto final. Cualquier tipo de innovación en servicios debe ir acompañado de un buen producto. Dick busca la perfección en su producto, y ese es un rasgo característico de los emprendedores, considerar que un buen producto siempre puede ser mejor. Ray, por el contrario, no generaba ideas innovadoras, pero tenía el olfato del típico lobo de los negocios que busca el crecimiento exponencial de la empresa, ambicioso y detector de oportunidades. Sin embargo, no tenía un buen **manejo financiero**. Fue así como el asesor financiero, **Harry Sonneborn**, toma relevancia, ordenando la situación económica de la empresa y dando un giro al negocio, llevándolo del negocio de las hamburguesas al de los bienes raíces, generando muchas más ganancias de las que tenían hasta ese momento y convirtiéndose hasta la actualidad en una de las inmobiliarias más grandes del mundo.

2. ¿Quién de los personajes creo que tiene la razón en cuánto a la forma de dirigir una organización?

Los hermanos eran las mentes creativas, innovadores, enfocados al beneficio del cliente pero no expandían a más, sin embargo, Ray aunque hubiese robado las ideas de los hermanos él se proyectó a un futuro, pues su persistencia y propósito lo llevaron al triunfo manteniendo una marca vigente y omnipresente sin hacer un comercial en ella.

3. ¿Considero justo el desenlace de la película?

No, porque ambos hubiesen podido crecer juntos, ya que los hermanos eran las mentes creativas, innovadores, enfocados al beneficio del cliente. Ray basaba el progreso en la productividad y rentabilidad; identifica al personal que trabaja bien, es observador en muchos

aspectos, trata que no se le escapen detalles, se asocia sabiamente y busca generar más beneficios de forma rápida.

4. ¿Qué hubiera pasado si Maurice y Richard McDonald hubieran mejorado su estilo de liderazgo?

Ellos hubiesen crecido mucho más y eso no provocaría que perdieran su creación

5. ¿Es factible que un líder tenga miedo al crecimiento de su organización?

Sí, por ciertas pérdidas, pues bien Ray en cierto tiempo no tenía como pagar las cosas, estaba justo en todo, sin embargo, su persistencia en crecer le dio mucho más capital, aunque hubiese cambiado ciertas cosas del producto que ya no los hacían original a lo que hicieron los hermanos McDonald's.