



ALUMNA: WENDY GONZALEZ LOPEZ

PROFE: JOSE ALBERTO GONZALEZ ROMAN

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS

TRABAJO: ENSAYO "THE FOUNDER"

GRADO: 7MO CUATRIMESTRE

LICENCIATURA DISEÑO GRÁFICO



THE FOUNDER

La película trata de un hombre que no es más que un viajero que vende batidoras, un pedido que le sorprende lo trasladan a California. Allí conoce a los clientes que le han encargado media docena de batidoras, que son los hermanos Dick y Mac McDonald. Ambos dirigen una innovadora hamburguesería que tiene muchos clientes, aunque es muy pequeña.

Se trata de un autoservicio, el servicio es muy rápido las hamburguesas estaban listas en 15 segundos. Su calidad y el trato es muy bueno y el sistema atrae clientela ya que consigue la atención de las familias.

Ray Kroc queda impresionado y ve una gran posibilidad de negocio, supone las ganancias que podrían proporcionar la distribución de franquicias por todo el país, pero los hermanos McDonald no están interesados, ellos mismos querían solo ese restaurante. Así que Ray les compra los derechos exclusivos para vender el método McDonald's con una combinación de ambición, perseverancia y crueldad, Ray consigue convertir esta franquicia en el imperio mundial de comida rápida que es hoy en día, finalmente sacudirse a los verdaderos iniciadores del negocio de encima.

La Persistencia es la clave a cualquier edad es lo que dijo Ray Kroc, era un vendedor fracasado de 52 años que se pasaba la vida viajando por carretera para poder ofrecer las batidoras en los restaurantes y siempre tenía respuestas negativas, pero nunca se rendía y para estimular su optimismo escuchaba discos con mensajes de la importancia de la persistencia para lograr sus objetivos y nunca rendirse ya que Ray se arriesgó en muchas ocasiones

Comunicación de boca en boca

Ray Kroc supo ver más allá de un local, para impulsar un exitoso negocio de franquicias. Su idea de incrementar la oferta para hacer crecer la demanda lo llevó a firmar un rápido contrato con los hermanos McDonald.

Kroc comenzó a buscar parejas trabajadoras de clase media, esto a largo plazo fue uno de los factores de éxito de la marca.

Ray Kroc utilizó una estrategia de precios bajos y publicidad para transformar a la cadena de restaurantes en un éxito mundial. Estos precios eran mucho más bajos que los de otros restaurantes de hamburguesas en ese momento.

La determinación y la resiliencia inquebrantables de Kroc le permitieron superar los obstáculos y hacer realidad su visión y abrir mil McDonald's de costa a costa

