



FOME de PODER



LOS
ROMANOS



FOME DE PODER

O que a história do McDonald's ensina sobre construir impérios



Introdução

O que você faria se encontrasse uma ideia brilhante... mas ela não fosse sua?

"Fome de Poder" não é só um filme. É um espelho. Um alerta. E, para quem tem espírito empreendedor, é quase um manual escondido em uma história real.

Este eBook nasceu da vontade de transformar entretenimento em aprendizado. Muita gente assiste ao filme e foca no Ray Kroc — ambicioso, polêmico, determinado. Mas poucos entendem o que realmente está por trás do sucesso do McDonald's: visão estratégica, capacidade de adaptação e uma leitura afiada das oportunidades.

INTRODUÇÃO

Se você é empreendedor, autônomo, dono de delivery, sonha em ter um negócio próprio ou simplesmente quer entender como construir algo grande — este material é pra você.

Aqui, a Los Romanos Escola de Empreendedores traduziu as lições do filme e do livro Fome de Poder para a realidade de quem está na luta, começando pequeno, com poucos recursos e muita vontade. Não é sobre virar um Ray Kroc. É sobre despertar o seu olhar empreendedor. É sobre entender o jogo por trás do jogo.

E, se você me permitir, esse será o primeiro passo da nossa caminhada rumo a algo maior.

“A persistência e a determinação são forças poderosas. Elas mostram que você não precisa ser derrotado por nada. Mostram que você tem paz interior, uma saúde vibrante e uma energia constante e poderosa.”

— Ray Kro

Antes do McDonald's virar o que virou, existia apenas um vendedor frustrado com um porta-malas cheio de máquinas de milkshake e um telefone que quase nunca tocava. Seu nome? Ray Kroc.

Idade? Mais de 50 anos.

Fortuna? Nenhuma.

Sonho? Muitos.

Enquanto a maioria das pessoas estaria pensando em se aposentar ou desistir, Ray estava dirigindo por estradas poeirentas, tentando vender algo que ninguém queria. Mas então, um pedido inusitado chegou: um restaurante queria seis máquinas de milkshake de uma vez.

Achando que era um erro, ele ligou para confirmar... e descobriu um pequeno restaurante em San Bernardino que estava lotado, funcionando como um relógio, com um sistema inovador de entrega rápida e atendimento padronizado.

Era o restaurante dos irmãos McDonald.

Ali, Ray não viu só um negócio.

Ele viu o futuro.

O que podemos aprender com isso?

A oportunidade pode parecer só mais uma venda.

A idade não define o começo.

A visão é o diferencial.

Ray Kroc foi até San Bernardino para ver com os próprios olhos aquele lugar fora do comum. Chegando lá, encontrou filas organizadas, pedidos saindo em segundos, clientes felizes e um ambiente limpo e funcional.

Os irmãos Richard e Maurice McDonald eram metódicos, geniais no que diz respeito à operação, mas avessos a grandes riscos. Criaram um sistema eficiente, padronizado e enxuto. Tinham ouro nas mãos — mas não tinham sede de expansão.

E é aí que entra o conflito: Ray tinha fome de mundo. Eles, fome de estabilidade.

Enquanto os irmãos pensavam pequeno, Ray pensava em escala.

Enquanto eles queriam controlar cada detalhe, Ray queria multiplicar.

Ele ofereceu parceria. Convenceu os irmãos a aceitar um acordo para a abertura de franquias.

Só que, naquele momento, ninguém sabia que ele estava plantando o embrião de um império — e de um embate que mudaria tudo.

1. O que Ray Kroc encontrou quando viu o McDonald's pela primeira vez?

- (A) Um restaurante desorganizado com filas enormes
- (B) Atendimento rápido, lugar organizado e limpo
- (C) Funcionários sem treinamento, falta de processos claros

2. Qual a diferença entre Ray Kroc e os irmãos McDonald?

- (A) Ray era violento e os irmãos despreparados
- (B) Os irmãos McDonald não eram profissionais e Ray já tinha várias lojas
- (C) Os irmãos pensavam pequeno e Ray queria multiplicar



Antes de Ray Kroc enxergar um império, os irmãos McDonald já tinham feito algo incrível: reinventaram a forma de servir comida.

Eles entenderam algo que muitos ignoram até hoje: eficiência é mais poderosa do que criatividade descontrolada.

Em vez de apostar em cardápios gigantescos, garçons e longas esperas, eles fizeram o contrário.

Criaram o “Speedee System”:

Menos itens no cardápio

Cozinha em linha de montagem

Padrão rigoroso em cada etapa

Entrega rápida e sem complicação

O resultado?

Filas do lado de fora. Clientes satisfeitos. Custos reduzidos. E um modelo altamente replicável.

Mas os irmãos McDonald tinham um grande “porém”:

Eles não queriam crescer.

Temiam perder o controle, estragar o padrão ou correr riscos.

Para eles, aquele restaurante já era o auge.

Para Ray, aquilo era só o começo.

E o que isso ensina pra gente?

Muitos empreendedores têm boas ideias, mas querem ser tudo ao mesmo tempo: pizzaria, hamburgueria, sorveteria — e ainda vendem balão na porta.

O McDonald’s original escolheu ser excelente em poucas coisas, ao invés de medíocre em muitas.

Por que os irmãos McDonald's reinventaram a forma de servir comida?

- (A) Porque criaram um sistema de linha de montagem na cozinha, padronizaram processos e eliminaram garçons, reduzindo o tempo de entrega para menos de 1 minuto
- (B) Porque contrataram jovens e reduziram o tempo de atendimento com treinamentos rápidos
- (C) Porque as 8 máquinas de milkshake vendidas por Ray Kroc aceleraram a produção de hambúrgueres



Ray Kroc vendia hambúrgueres incansavelmente, mas não estava enriquecendo.

As franquias cresciam e o nome McDonald's se espalhava, mas os lucros eram baixos.

O motivo? Ray ganhava apenas uma pequena comissão por unidade vendida.

Pior ainda: os irmãos McDonald limitavam as decisões estratégicas, freando a expansão.

Ray tinha visão, mas não tinha controle.

Então apareceu uma figura-chave: Harry Sonneborn, conselheiro financeiro que fez Ray ver a verdade:

“Você não está no ramo de hambúrgueres, Ray. Está no ramo imobiliário.”

A frase mudou tudo.

Ray criou uma nova estratégia:

Em vez de só franquear o nome, passou a comprar os terrenos dos restaurantes.

Depois, alugava aos franqueados.

Com isso, passou a ter:

- * Renda recorrente
- * Controle sobre quem operava
- * Poder para expandir sem depender dos irmãos

Essa foi a virada.

1. Por que Ray Kroc não estava enriquecendo, apesar de vender muitos hambúrgueres?

- (A) Porque tinha visão, mas não detinha o controle das operações
- (B) Porque o lucro era baixo e a comissão por unidade vendida era mínima
- (C) Porque os irmãos demoravam para tomar decisões mais ousadas

2. O que Harry Sonneborn mostrou a Ray Kroc?

- (A) Que o dinheiro não estava nos hambúrgueres, mas sim nos terrenos dos restaurantes
- (B) Que Ray deveria delegar as vendas a especialistas
- (C) Que Ray deveria contrair empréstimos para crescer

3. Em sua opinião: por que investir em imóveis foi a virada de jogo para Ray?

(Resposta livre)

Com o modelo imobiliário em mãos, Ray passou de vendedor a estrategista.

Ele criou a Franchise Realty Corporation, que comprava terrenos, construía os prédios e alugava aos franqueados.

Na prática:

Quem queria abrir um McDonald's não negociava mais com os irmãos, mas com Ray.

Essa jogada foi silenciosa, mas mortal.

Os irmãos ainda assinavam os papéis, mas Ray já controlava tudo. Eles pensavam como cozinheiros.

Ray pensava como um arquiteto de impérios.

Ele passou a escolher franqueados com base em:

Perfil disciplinado

Capacidade de seguir o padrão

Comprometimento com qualidade

E instituiu:

Treinamento intensivo

Manual de operações

Visitas de controle

Propaganda agressiva

Mais do que vender lanche, o McDonald's virou uma experiência padronizada.

O cheeseburger em Chicago era igual ao de Nova York.

Isso gerou confiança e escala.

1. O que Ray Kroc enxergava enquanto o mundo via apenas sanduíches?
 - (A) Uma pilha de pratos sujos crescendo
 - (B) Um império sendo construído tijolo por tijolo
 - (C) Um rodízio de hambúrgueres infinito
2. Qual era o objetivo do treinamento intensivo e do manual de operações?
 - (A) Ensinar como preparar o milkshake mais rápido que a luz
 - (B) Garantir padrão de qualidade e experiência
 - (C) Treinar funcionários para abrir pizzarias rivais
3. O que Ray fazia diferente dos irmãos ao expandir a marca?
 - (A) Pensava como estrategista, padronizava e escolhia bem
 - (B) Sonhava com parque de hambúrgueres
 - (C) Deixava os franqueados fazerem o cardápio que quisessem

Ray Kroc já não era mais um vendedor de milkshake.
Era o rosto de uma rede que crescia como fogo em capim seco.
Mas havia um obstáculo: os irmãos McDonald.

Eles haviam assinado um contrato que dava a Ray o direito de franquear a marca, mas ainda mantinham cláusulas que limitavam decisões estratégicas.

Ray queria liberdade total.
Eles queriam manter a essência.

Depois de muita tensão, Ray propôs comprar a parte deles.
O acordo: US\$ 2,7 milhões, o suficiente para cada um ficar com US\$ 1 milhão limpo.

Mas houve uma promessa verbal:
Ray pagaria 1% dos lucros anuais da rede para os irmãos, para sempre.
Só que essa cláusula nunca foi formalizada.
E Ray nunca pagou.

Ele ainda mudou o nome do restaurante original dos irmãos.
Apagou a história deles.
Assumiu a marca como se fosse sua desde o começo.

Isso levanta um dilema:
Foi traição?

Ou apenas uma decisão dura, porém necessária para construir o império?

Empreender, muitas vezes, é caminhar numa linha entre frieza e visão de longo prazo.

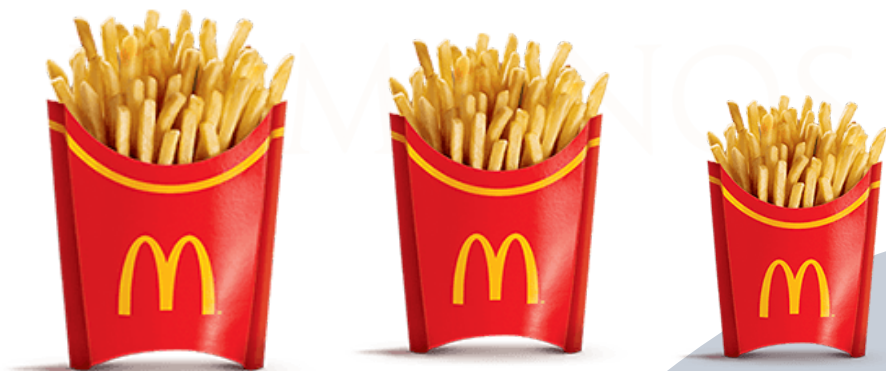
Ray escolheu o império. E alguém pagou o preço.

1. O que Ray Kroc fez em relação ao 1% prometido aos irmãos?

- (A) Formalizou tudo em contrato e pagou religiosamente
- (B) Prometeu verbalmente, mas nunca oficializou nem pagou
- (C) Dobrou o valor e mandou flores de desculpas

2. Segundo o texto, o que empreender muitas vezes exige?

- (A) Caminhar sobre uma linha fina entre genialidade e frieza
- (B) Ter sempre estoque de milkshake
- (C) Concordar com todo mundo para evitar conflitos



Toda grande história de negócios é, no fundo, uma história sobre escolhas. Ray Kroc não inventou nada.

Ele não criou a cozinha rápida, não fez o melhor hambúrguer, não foi o primeiro franqueador.

Mas ele tinha algo raro: visão de escala, execução com disciplina e persistência fora do comum.

Aqui estão as lições mais poderosas da sua trajetória:

1. Visão de longo prazo vale mais que talento momentâneo

Os irmãos McDonald criaram um sistema genial, mas estavam satisfeitos com pouco.

Ray viu o que eles não viam: o potencial de dominar o país.

“Enquanto eles viam um restaurante, ele via mil.”

2. Controle vale mais que participação

Ray entendeu que não adianta ter nome na fachada se você não controla os bastidores.

Por isso ele comprou os terrenos, montou a estrutura e comandou o sistema.

3. Quem controla a narrativa, controla o legado

Ray reescreveu a história.

Virou “o fundador” para o mundo.

No jogo dos negócios, quem conta melhor a história, vence.

4. Seu negócio precisa funcionar sem você

Os irmãos eram insubstituíveis.

Ray criou processos que qualquer pessoa treinada podia replicar.

Esse é o segredo da escala.

5. Ética importa... mas o mercado nem sempre cobra

Ray foi frio, agressivo, polêmico.

E venceu.

Isso não significa que vale tudo — mas que você precisa estar consciente do preço de cada escolha.

Pergunta – Capítulo 6

Qual dessas lições mais te impacta como empreendedor? Por quê?

(Resposta reflexiva)

Chegou a hora de transformar aprendizado em prática.

Se você chegou até aqui, parabéns: não é qualquer um que estuda empreendedorismo com essa profundidade. Agora é contigo.

Use as perguntas abaixo como um guia de reflexão prática.

Você pode escrever num caderno, bloco de notas ou até usar como checklist de melhorias no seu negócio.

1. Visão e Posicionamento

- * Onde você quer que seu negócio esteja em 5 anos?
- * Seu modelo atual te leva até lá ou só te mantém ocupado?
- * O que parece pequeno hoje, mas pode ser escalado amanhã?

2. Estrutura e Processos

- * Você tem um processo claro de atendimento, entrega e operação?
- * Se você ficar doente por uma semana, seu negócio continua?
- * Qual etapa ainda depende 100% de você?

3. Narrativa e Marca

- * Quando alguém fala da sua marca, o que sente?
- * Sua história inspira, conecta, ou é só “mais uma”?
- * Como você pode transformar sua trajetória num diferencial?

4. Expansão com Consciência

- * Você quer crescer ou só está ocupado?
- * Já pensou em multiplicar seu modelo?
- * O que precisa estar pronto antes disso: padrão, equipe, sistema?

5. Ética e Decisão

- * Em que ponto você não abre mão dos seus valores?
- * Você tem clareza dos riscos quando toma uma decisão ousada?
- * Sua ambição está conectada com o seu propósito?

Desafio Final

- * Escolha a área que mais te incomodou.
- * Trace um plano de ação de 7 dias.

Pode ser:

- Criar um processo
- Treinar alguém
- Melhorar seu posicionamento
- Revisar sua estrutura

O império do Ray Kroc começou com um pedido de 6 máquinas de milkshake.

O seu começa com o que você vai fazer hoje.

Gabarito Geral

Capítulo 1

1. (B) Atendimento rápido, lugar organizado e limpo
2. (C) Os irmãos pensavam pequeno e Ray queria multiplicar

Capítulo 2

1. (A) Criaram sistema de linha de montagem, padronizaram processos e eliminaram garçons

Capítulo 3

1. (B) Lucro era baixo e comissão pequena
2. (A) O dinheiro estava nos terrenos
3. Resposta livre

Capítulo 4

1. (B) Um império sendo construído tijolo por tijolo
2. (B) Garantir padrão de qualidade e experiência
3. (A) Pensava como estrategista, padronizava e escolhia bem

Capítulo 5

1. (B) Prometeu verbalmente, mas nunca pagou
2. (A) Caminhar entre genialidade e frieza

Capítulo 6

1. Resposta livre

CURSOS INDICADOS

losromanosbr
losromanosbr • Áudio original

CARDÁPIO 5 ESTRELAS

Aprenda com a
Churrascaria Los Romanos
como criar o seu

★★★★★

Pede
ifood
já!

Clique na IMAGEM



losromanosbr
losromanosbr • Áudio original

Treinar Equipe



COMECE AGORA!
clique na imagem



50 MIL por mês
FATURAMENTO

APOIO

Churrascaria Los Romanos

www.losromanos.com.br