

WELCOME RONALD

Arlán A. Narváez R.

La reciente apertura del primer local de la cadena Mc Donald's en Venezuela, anuncia cambios en el país y motiva una serie de reflexiones sobre algunas de las principales implicaciones del acontecimiento.

Empezaré por referirme al hecho de que Venezuela constituía un notorio vacío en la geografía que el payaso Ronald (uno de los símbolos de la cadena) domina con sus operaciones a nivel mundial; son pocos los países que aún no se han incorporado a tal geografía y Venezuela dejó de ser uno de ellos; ciertamente, mucho después que la mayoría de otros países latinoamericanos. Las razones de esta "tardanza" en llegar habría que indagarlas más seriamente, aunque prefiero suponer que se encuentran en la predilección que caracteriza al venezolano, por una buena comida con variedad y gusto definido. No hace más de diez años, otro gigante mundial de la "comida rápida" —Kentucky Fried Chicken, el pollo del Coronel Sanders— tuvo que marcharse del país ante el arraigo de nuestro pollo en brasas y las sabrosas tostadas criollas.

La llegada de Mac era de esperarse desde que su principal competidor mundial, Burger King, logró instalarse y comenzar a desarrollarse en los dominios de la "Reina Pepeada". Muy pronto los medios publicitarios nos harán presenciar la guerra entre ambos titanes de la llamada "comida de desperdicio" (Junk Food) para incorporarnos a sus estadísticas de ventas. Nos hartaremos de ver en televisión cuñas de hamburguesas y empezaremos a plantearnos el problema de si son mejores fritas o asadas (polémica entre ambas cadenas en otras partes del mundo), aunque es seguro que ninguna mencionará que en la última investigación de calidad, hecha en Estados Unidos entre las principales cadenas de comida rápida (Consumer Report —órgano del principal grupo de protección al consumidor— número de julio de 1984) ambas cadenas figuraron en los últimos lugares de calidad, valores nutritivos y otros valores.

De aquí en adelante, crecerá la cultura "Burger-Mac" esperada y bien recibida especial y primeramente por pavos y pavas "punky" que, después de Disneyworld y mayami nuestro, encontrarán en Venezuela el sabor añorado; además, ahora quizás lleguen pronto

"Baskin Robbins, Wendy y Pancake House". ¡Qué nota!

Debe apuntarse que esta llegada es para quedarse (la tecnología así lo garantizará, si de algo sirve). Mc Donald's no suele dejar nada al azar. Casi todo está previsto, estudiado y tecnificado: producción, comercialización, suministros, gustos y características del público, todo su lema secreto repite el romano "Veni, vidi, vici".

La cadena de producción garantiza máximo aprovechamiento de los materiales e insumos, de la tarea de cada empleado y del tiempo de elaboración. Los equipos, su distribución y sus operarios están diseñados o entrenados especialmente para ello. Entra por aquí, sale por allá.

El suministro de insumos no sólo está comprometido y contratado con anticipación, sino que hasta el tipo de papas que van a ser fritas, desde tiempo atrás fueron aclimatadas, sembradas y comprometidas con los agricultores correspondientes.

Los locales se abren y serán abiertos, sólo después que estudios de mercado han confirmado el determinado volumen de público que transita (o transitará) por el lugar escogido y que, de ese volumen, "tantos" son consumidores potenciales.

El personal ha sido cuidadosamente exigido entre estudiantes (preferiblemente universitarios) de intachable presentación (mejor si son "bonitos", es decir, "eliminación de los feos"), y su entrenamiento se ha hecho en el exterior (¿para garantizar que sea bueno?).

Las firmas publicitarias que gozarán de tan suculento contrato, recibieron su entrenamiento para que tengan bien claro lo que Donald quiere (aunque terminen copiando propaganda foránea).

Todo esto es tecnología. Mac Donald's nos trae nueva tecnología, no im-

porta si no tiene nada que ver con nuestra cultura y capacidad: es tecnología y como tal es bienvenida por muchos alegando que hay "transferencia tecnológica". Total, si ya está aquí, es tarde para discutir si este tipo de transferencia tecnológica violenta o no nuestras capacidades autóctonas, profundizando así la dependencia de patrones foráneos.

Mac Donald's llegó y habrá que reconocer, al menos, los méritos y beneficios de la inversión e iniciativa empresarial que trajo. Como inversión puede contribuir a la "reactivación, al empleo, al estímulo de otras inversiones, etc.". Es mucho mejor pensar en ello y no dejarse llevar por el pensamiento de que esos capitales serían más necesarios, o producirían mejores efectos para el país, en actividades agrícolas o industriales más productivas (aunque menos rentable a corto plazo); total, es mejor así a que estos capitales también se hubieran ido al exterior. Además, hay que pensar en el efecto "reactivador" que supondrá la fabricación en el país de todos esos estuchitos de anime, cajitas decoradas, vasitos con tapa y el resto de la colección de inútiles pero elegantes empaques en los que son finamente despachadas estas hamburguesas, papitas, malteadas, etc. Empaques que tienen la característica de ser totalmente desechables, ventaja envidiable que garantizará su producción permanente y trabajo para el IMAU (además de ser más chéveres que el papel "balurdo" con que sirven las arepas).

Lástima que los beneficios de esta inversión (y la de sus acompañantes en esta categoría) también traerán una aceleración del proceso de transculturización que va desvaneciendo aquello de la identidad nacional. No importa, bienvenidos Ronald, Big Mac, Whooper, Pizza Hut, Burger King, Dunkin Donuts, etc., yes welcome!

