

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA  
¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?  
(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

**María Rita Chávez Gutiérrez, María Antonia Chávez Gutiérrez y Érika Ramírez  
Diez\*.**

**Universidad de Guadalajara**

**Resumen**

Partimos del supuesto que atribuye condiciones laborales similares para los jóvenes que trabajan en las diferentes franquicias de comida rápida de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), Jalisco, México. Se trata de jóvenes trabajadores que comparten rasgos socioculturales y expectativas análogas de bienestar y de vida que favorecen su inserción en el “dinámico” mercado laboral de la denominada *fast food* (*f-f*) o comida *expres*.

Se ha configurado en torno a esta modalidad de mercado un fenómeno socioeconómico que, sin duda alguna, precisa de la aplicación de una política pública capaz de atender sus particularidades y contradicciones.

La investigación posee relevancia social, teórica y metodológica en razón de que analiza el fenómeno del empleo y desempleo entre los jóvenes. Se detiene en la flexibilidad y precariedad laboral y la competitividad a la que deben responder en aras del incremento de la productividad y la eficiencia a ultranza que el funcionamiento de las franquicias de comida rápida precisa.

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

Al mismo tiempo, aborda las relaciones laborales y las representaciones que asumen los jóvenes con relación a sus expectativas de vida y condiciones de bienestar. Aporta conocimiento acerca del trabajo asalariado competitivo, eficiente y productivo y ofrece una interpretación de las formas de representación y percepción de las expectativas presentes y futuras de los jóvenes trabajadores frente a su bienestar en los renglones económicos, políticos, laborales, sociales, educativos, de salud, de seguridad, cultural, del uso del tiempo libre, del encuentro de su identidad, logro de reconocimiento, sensación de seguridad y libertad y posicionamiento de género.

**Palabras clave:** empleo y *fast-food*, fuerza laboral joven, franquicias de comida rápida.

**Abstract**

We start from the assumption that attributes similar working conditions for young people who labor in different fast food franchises in Metropolitan Area of Guadalajara (ZMG), Jalisco, Mexico. These are young workers who share similar socio-cultural characteristics and expectations of welfare and life that favor their inclusion in the “dynamic” labor market of the so-called *fast food* (f-f) or express food.

On this type of market, a socio-economic phenomenon, which undoubtedly requires the implementation of a public policy capable of addressing its peculiarities and contradictions, has been set.

The investigation has social, theoretical and methodological relevance that analyzes the phenomenon of employment and unemployment among young people. It goes deep into the job flexibility, insecurity and competitiveness to which they must respond for the sake of increasing the productivity and the efficiency at all cost that the operation of fast food franchises pin down.

At the same time, it addresses labor relations and representations that young people take regarding their expectations of life and welfare conditions. It provides knowledge about the competitive, efficient and productive waged job and it offers an interpretation of the ways of representation and perception of present and future expectations of young workers against their welfare regarding issues such as economic,

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

political, labor, social, educational, health, security, cultural, use of leisure time, meeting of their identity, achieving recognition, sense of safety and freedom and gender positioning.

**Key words:** job and fast-food, younger workforce, fast-food franchises.

En este espacio nos referiremos a los resultados preliminares de la investigación que hemos emprendido acerca de las condiciones laborales y percepción de bienestar de los jóvenes que laboran en las franquicias de comida rápida o *fast food (f-f)* en México, en específico en la Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco. Es importante precisar que la modernidad ha traído consigo el fenómeno de la mundialización con su creciente internacionalización, su agitado movimiento de grandes capitales, innovación de estrategias comerciales, apertura comercial de las fronteras y desarrollo tecnológico inusitado, al amparo —esto es claro— del modelo económico neoliberal. En un entorno así, se han expandido, y adquirido gran poderío económico,

numerosas cadenas de franquicias de producción de bienes y prestación de servicios, entre las que han sobresalido en forma notable aquellas que producen y distribuyen comida rápida. Para Robert L. Purvin (2001) el modelo de franquicia con formato de negocio define un método para reunir capital, distribuir productos y prestar servicios de calidad, bajo la protección y el prestigio de una marca comercial extranjera o nacional con una estructura económica, administrativa y jurídica. Se trata de un negocio que requiere de habilidades gerenciales y de recursos económicos y humanos para aprovechar el crecimiento e impulso de una marca.

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

**LAS FAST FOOD.**

Puede decirse que en la popularización de las *f-f* han influido diversos factores: la industrialización y la extensión de las periferias urbanas que han acelerado la vida cotidiana, la inserción de la mujer al mercado laboral con el consecuente acortamiento del tiempo disponible para la preparación y toma de los alimentos en los hogares; los cambios en los patrones de consumo de la cocina tradicional, de numerosas ventajas pero de gran laboriosidad en su preparación. Por su parte, la complejidad vial fue exigiendo rapidez en las entregas para la gente que desempeña una actividad económica, o para quienes, en caso de “emergencia”, acuden a los puntos de venta diseminados en las plazas comerciales, barrios y las calles de las ciudades camino a casa o al trabajo.

En consecuencia, los establecimientos de *f-f* han ofrecido respuesta mediante el ofrecimiento del servicio rápido de menús limitados, con sabor uniforme, precios accesibles, “buena” atención al cliente (en términos de rapidez,

limpieza y practicidad), una ubicación conveniente y cobertura global. Para ello han debido aplicar estándares en los procesos de elaboración de los menús, en la organización administrativa y en manuales de operación. Se ha visto que no requieren de amplios espacios para su asentamiento, pero le es indispensable la exhibición de una buena imagen y la disponibilidad de horarios accesibles.

En el mundo de las franquicias, los medios de comunicación han logrado la consolidación de un poderoso fenómeno que ha devenido en la conformación de subculturas entre los consumidores que ha impactado en la imposición de nuevos estilos de vida y en la inducción de hábitos de consumo sustentados en estereotipos creados por las propias marcas. De esta manera, se han orientado modas y establecido pautas de liderazgo.

**LAS F-F COMO FUENTE DE EMPLEO.**

Ha sido tan poderosa la influencia de este fenómeno, que el término *mc jobs*

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

o *mc empleo*, acuñado por el escritor Douglas Cupland, ha logrado asimilarse al diccionario *Merrian-Webster* como un trabajo mal remunerado, con pocas expectativas de crecimiento. Esto cobra sentido si consideramos las características propias en que se desarrolla el trabajo de las *f-f*. Puede observarse que la totalidad de las *f-f* siguen --más o menos-- el mismo modelo de gestión laboral. En la fase operativa de la empresa ofrece su primer empleo a jóvenes sin experiencia que no pretenden permanecer en ella por largo tiempo, lo que conviene a esta modalidad de empresa.

Piter Capelli y Monika Hamori del *Centro For Human Resources* (Centro de Recursos Humanos) del Instituto de Empresa Wharton de España en su investigación “Franquicias: ¿malos empleadores?” (2007) sostienen que las franquicias no ofrecen *mcjob*, consideran que estas empresas justifican su política de empleo en función de sus necesidades de fuerza de trabajo transitoria y productiva.

Basan el ofrecimiento de trabajo mal remunerado en el hecho de contratar personal sin experiencia y de bajo nivel educativo. Esgrimen además que capacitan a los empleados más que otras empresas similares ya que los adiestran para la realización de las múltiples actividades que requiere el proceso de rotación de horarios. En el transcurso los inducen a sentirse “parte importante” de la empresa, para el mayor aprovechamiento, eficiencia y competitividad en el corto tiempo que dura la relación de trabajo.

Podemos decir que la razón de la contratación de tiempo parcial revela con claridad la deliberada poca importancia que el patrón atribuye a la definitividad contractual. Se concreta a la enseñanza utilitaria de las competencias y actitudes básicas que el empleo requiere. Capelli señala que los estudiantes novatos aprenden en ese espacio las competencias básicas del trabajo, como el compañerismo, el valor de los servicios al cliente y otras, pero ellas no garantizan, por sí solas,

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

que otra empresa se interese por ofrecerles futuras contrataciones.

En las cláusulas del contrato mercantil se establecen los derechos y obligaciones del franquiciante (dueño de la marca) y del franquiciatario (comparador de la licencia). Se tipifica como delito revelar un secreto industrial que se conozca con motivo del trabajo, puesto, cargo, desempeño o profesión, relación de negocios o en virtud del otorgamiento de una licencia para su uso, sin consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial.

En materia laboral, el franquiciatario reconoce y acepta que los trabajadores de la franquicia, no tienen relación laboral o vinculación con el franquiciante. Pues el que compra la marca es responsable de las cargas sociales de sus trabajadores.

En este acápite abordaremos las franquicias en formatos de negocios y fuentes de empleo. Haremos referencia a las diez franquicias más competitivas en el *ranking* internacional (Taringa, 2001; Tormo, 2010, Busca Franquicias, 2010; Directorios de Franquicias, 2012; La Guía de Franquicias, 2011)

destacando la oferta y rentabilidad de las marcas que se reflejan en los montos de capitales de facturación, el costo de la marca, el *cannon* o importe de entrada, el *royalty* o regalías, el porcentaje de aportación para la publicidad, los años de vigencia del contrato, el número de países donde operan, el monto de puntos de ventas en el mundo y la ponderación promedio del número de empleados por cada unidad y el total de empleos que generan. Del mismo modo, reconoceremos la regulación internacional acerca de estas fuentes de empleo.

Para la comprensión y valoración de este fenómeno conviene traer a cuenta algunas cifras importantes a que se refiere el Esquema 1 (Véase abajo). Las diez franquicias de *f-f* más ricas del mundo lograron posicionar en 2010 un total de 148 mil 816 puntos de ventas distribuidos en 613 países atendidos por 3 millones 232 mil 720 empleados y ventas aproximadas por 215 mil 215.5 millones de dólares. Se trata de nichos de negocios que se han constituido en importantes fuentes de empleo y factor

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

de desarrollo para las economías en que se asientan. Veamos el siguiente esquema con datos del *ranking* de las que se consideran como las diez franquicias más ricas del mundo (Ver Tabla 1 en Anexo).

Puede decirse que las franquicias de México salvaron a los inversionistas afectados por la caída de la bolsa de valores en 1987. Se trataba de empresarios que incursionaron en el negocio de las franquicias sin reglamentación legal alguna, lo que no se formalizó sino hasta la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio en 1991, cuando se creó la ley sobre la propiedad industrial. De esta manera, se disparó el fenómeno de esta modalidad de negocios, desde su origen vinculado con una flexibilidad propiciada por la ausencia regulatoria para su operación a gran escala. Ello favoreció un cierto desarrollo industrial, la incursión de micro y pequeñas empresas controladas en estos rubros y la creación de un mercado laboral más o menos estable. No obstante, conviene señalar que las bases

estadísticas de los organismos oficiales sobre la creación de empleos presentan datos contradictorios, como lo veremos más adelante.

En 2009, con el apoyo del Programa Nacional de Franquicias operado por la Asociación Mexicana de Franquicias (2010) el sector creció 300% con 1,200 puntos de ventas, facturación de 85 mil millones de pesos anuales y generación de 500 mil empleos.

En México se han consolidado este tipo de negocios de franquicias de las que el 87% son mexicanas, 9% estadounidenses, 3% españolas, de Centro, Suramérica y el Caribe el 2%, de Canadá el 0.96 %, y el 2% restante de Alemania, Australia-Francia, Holanda, Reino Unido, Singapur, Suecia, Suiza, Japón e Italia.

En el panorama mexicano catorce empresas con este formato de franquicia se han posicionado en el mercado. Maubet Roura (2010) refiere que estas empresas lograron captar en total 4,764 franquiciatarios en diversos puntos de ventas de las regiones del país. Las franquicias mexicanas

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

vendieron 262 franquicias; Benedetti's Pizza, 107; Pollo Pepe, 54; Pizza y Come, 27; Wings Army. 50; y Chicken House & Salad, 24. Sin embargo, las extranjeras lograron una mejor ubicación. Las estadounidenses con 4,502 franquiciatarios: Dominos Pizza, 81; Subway, 121; Pizza Hut, 178; Burger King, 264; KFC, 322; Mac Donald's, 381; y Carl Jr. 3,140.

Cabe destacar que las cuotas de las franquicias mexicanas son de menor costo con respecto a las norteamericanas: en un rango entre 10 mil y 250 mil de pesos las primeras, mientras que las norteamericanas se mueven entre los 250 mil y 450 mil dólares ( Ver tabla 2 en Anexo) :

Llama la atención el monto de los rangos de ventas, de 661 mil dólares hasta los 233 mil millones de dólares, y la variabilidad de la participación de los trabajadores en la productividad y en la plusvalía que aportan.

Con relación a la cantidad promedio de plazas laborales (V. Esquema 2) las

plazas laborales ascienden a 15 mil 650 en promedio. Sin embargo, debe tomarse con reservas este dato, en razón de que la realidad muestra una magnitud diferente.

**LOS JÓVENES EMPLEADOS DE LA F-F EN MÉXICO.**

El modelo económico mundial, que en México ha propiciado un lento crecimiento económico y una baja diversificación de los mercados laborales, ha enrolado a los jóvenes en la búsqueda de actividades económicas que sólo logra concretarse en trabajos informales, empleos formales precarios o en los denominados "narco-empleos", aun con los riesgos que esta última ocupación supone.

En este contexto, los bajos números en el Índice de Desarrollo Humano del Programa de Naciones Unidas reflejan indisposición para el despliegue de sus capacidades y escasas oportunidades para el logro de una vida saludable, un

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

buen nivel educativo y una calidad de vida digna.

De manera análoga su complemento, el índice de Desarrollo Social, ha definido como precaria la calidad de vida de los jóvenes en la unidad territorial. Identifica numerosos impedimentos para su acceso al conocimiento e información y para el logro de su inserción laboral en condiciones favorables. Identifica, asimismo, dificultades insalvables para su acceso a la protección social, la vivienda y el bienestar social y para el desarrollo pleno de sus capacidades.

Diversas tensiones sociales han ubicado a los jóvenes en condiciones de vulnerabilidad social que favorecen la reproducción de la pobreza y la desigualdad de las oportunidades de desarrollo y de empleo remunerado para la satisfacción de sus necesidades de subsistencia, bienestar y para el despliegue de sus potencialidades y la oportunidad del cobro de independencia con respecto a su familia.

Datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática y del Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2009) para el periodo 2008-2009, en el que hemos situado nuestro estudio, señalan que México contaba con 107 millones de habitantes, de los cuales 29.2 eran jóvenes, 14.7% de la Población Económicamente Activa (PEA) y 32% de la fuerza laboral. Sin embargo, apenas 13.5 millones (28.1%) tenía un empleo y un millón 248 mil (8.5%) estaban desempleados. De los empleados, un millón se ubicaba en el estado de Jalisco, con el 60.6% en el giro de los servicios, donde se ubican las franquicias de *f-f* que nos ocupan, donde los salarios no rebasaron los tres salarios mínimos (sm). El 39% recibía de uno a 1.99, el 23.5% de 2 a 3 sm, y apenas el 20.7% percibía por encima de 3 sm.

Con la intención de actualizar las cifras, nos hemos propuesto retomar los datos preliminares de la Encuesta Nacional de Juventud (ENJ, 2010) elaborada por la Secretaría de Educación Pública (SEP) según la cual se incrementó la

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

cifra en 36.2 millones de los jóvenes entre 12 y 29 años, es decir, el 32% de la población. Esta encuesta, sin embargo, consigna que el 31.1% sólo trabaja, mientras que el 11.2 estudia y trabaja.

La misma encuesta identifica en nueve millones a los denominados “ninis” (que ni estudian ni trabajan), el 21.1%, con un promedio de nueve años de estudios. De estos últimos el 13% se dedica a las labores del hogar, el 6% buscó empleo o se autoempleó, y el 12.8% ha tratado de dedicarse a un negocio propio “aunque sea informal”.

Ahora bien, conviene recordar que durante el periodo 2008-2009 Jalisco contaba con 7 millones 16 mil 600 habitantes, de los cuales el 24.7% eran jóvenes (1 millón 923 mil 600 jóvenes de 15 a 29 años) de los que el 35.4% eran adolescentes entre los 15 y los 19 años, el 33.5% contaba con 20 y 23 años y 32.1% caía en el rango de los 25 a los 39.

Así pues, no obstante la disparidad de criterios relacionados con la edad superior, puede observarse el

incremento paulatino de la cifra de jóvenes.

Los datos revelan que los jóvenes jaliscienses están concentrados en la zona metropolitana, pues desde 2005 el Censo de Población y Vivienda ubicó aproximadamente a un millón 348 mil jóvenes en poblaciones de 15 mil o más habitantes, mientras que un millón 239 mil 300 (91.2%), es decir, 90 de cada 100 residen en alguna población integrante de la zona metropolitana.

Datos más recientes consignados por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del INEGI, (ENOE, 2010) nos confirman la persistente precarización laboral y vulnerabilidad de los jóvenes jaliscienses. La población económicamente activa (PEA) de 15 a 29 años fue de un millón 208 mil personas, que corresponden al 38% del total de la fuerza de trabajo. De ésta, un millón 118 mil 100 desempeña alguna actividad laboral. El 68.9 % labora en unidades económicas controladas, el 13% en domicilios particulares, el 7.3% trabaja en el

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA  
¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?  
(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

campo y el 28.4% se ocupa en puestos fijos y semifijos.

Del total de los jóvenes con un puesto laboral, el 61.2% corresponde al sector terciario, es decir al del comercio y de los servicios al que pertenecen las *f-f*, asciende a 930 mil 400 (83.2%) Se trata de trabajadores subordinados y remunerados. Quienes no perciben ninguna remuneración suman 95 mil 900 (8.6%); mientras que los que trabajan por cuenta propia ascienden a 79 mil 500 (7.1%), y como empleadores se sumaron 12 mil jóvenes (11.1%).

Según la jornada de trabajo, 63 mil jóvenes laboran menos de 15 horas a la semana, en contraposición a los 179 mil 800 (56.1%) que trabajan entre 35 y 48 horas semanales.

Los *ninis* jaliscienses representan el 18.2%. Sin embargo, una parte de éstos desempeñan alguna actividad relacionada con la atención de los hijos y con las labores del hogar. En consecuencia, los *ninis* suman los 45 mil.

**LA ZONA METROPOLITANA DE  
GUADALAJARA.**

La Zona Metropolitana de Guadalajara, del estado de Jalisco, (ZMG) (V. Imagen 1) mantiene la integración socioeconómica de ocho municipios urbanos colindantes: Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá, Zapopan, Tlajomulco, Juanacatlán, Ixtlahuacán de los membrillos y El Salto. Sin embargo, para el estudio de referencia, nos hemos circunscrito a los primeros cinco en razón de que constituyen los espacios geográficos en donde se asienta el mayor número de franquicias y las que podríamos considerar como mayores oportunidades de desarrollo y de bienestar.



**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

Imagen 1. Mapa de la Zona Metropolitana de Guadalajara. 2009

**Fuente:** Urbanfreak.net.

Los datos sociográficos proporcionados por el Consejo Estatal de Población, proyecciones 2006-2030, señalan que el estado de Jalisco tiene 7 millones 44 mil habitantes y sólo la ZMG cuenta con 4 millones 195 mil habitantes (31.92%).

La ZMG a que nos referimos aquí alcanza una superficie de 2 mil 734 km<sup>2</sup>. Con un índice de desarrollo humano y social de medio a medio alto, con relación a la media nacional (0.848). Referido éste al ejercicio de las capacidades y oportunidades básicas para el aprovechamiento de las opciones para lograr mayores expectativas de vida saludable, educación y mejores condiciones de bienestar de los jóvenes de 15 a 24 años, según el Índice de Desarrollo Humano (IDH), 2007 del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Humano, informe 2009 y el del Consejo Estatal de Población (COEPO, 2006-2030).

Con base el IDH la COEPO Jalisco, 2007, informe, 2009, describe la distribución de la población en las superficies de los municipios conurbados con sus respectivos índices y grados de desarrollo humano y social entre los jóvenes de 15 a 24 años, de los cuales, aproximadamente 8 mil están integrados al mercado laboral de estas franquicias.

Con relación a los jóvenes de 15 a 24 años, se constata que el municipio de Zapopan tiene un índice de IDH alto (0.834), e igual IDS (0.800). Cabe mencionar que en este municipio se concentra la población con mejores condiciones de bienestar de la zona, donde suelen no concentrarse quienes laboran en las franquicias.

Guadalajara mantiene un contraste entre un alto INDH (0.834), por un IDS medio alto (0.781). Es este municipio el que proporciona mayor mano de obra a las franquicias.

La ZMG representa el 61% del total de la población del estado de Jalisco con un grado alto de desarrollo humano y de desarrollo social alto. Sin embargo

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA  
¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?  
(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

sus municipios conurbados exhiben diferencias: Tlaquepaque, IDH alto, por un IDS medio; Tonalá, IDH medio alto e IDS medio, y Tlajomulco, IDH alto e IDS medio.

Cabe aclarar que la mayoría de los jóvenes que laboran en las franquicias, vive aún con sus padres o familiares, en consecuencia, su grado de IDH e IDS se encuentra muy ligado a un entorno patrimonial, social y de bienestar que no lograrían si vivieran solos con el producto de su trabajo en las franquicias.

Ahora bien, si desglosamos los datos y la ubicación de los puntos de venta de las *f-f*, encontramos que Guadalajara concentra la mayor parte de estos negocios. El municipio de Guadalajara cuenta con una superficie de 187.91 km<sup>2</sup> y dos millones 471 mil habitantes (10.37%), en los que se localizan 172 puntos de venta.

El municipio de Zapopan tiene una superficie de 893.15 km<sup>2</sup> y una población de un millón 155 mil habitantes (4.83%) con 92 puntos de

ventas. El municipio de Tlaquepaque abarca 270.88 Km<sup>2</sup>, con una población de 563,006 mil habitantes (2.35%) y cuenta con veinte puntos de venta. El municipio de Tonalá con 119.58 km<sup>2</sup> para una población de 408,729 mil habitantes (1.68%) alcanza once puntos de ventas, y el municipio de Tlajomulco mide 636.96 km<sup>2</sup> con 220,230 habitantes y cuenta con 18 puntos de venta.

**EL MERCADO DE LAS  
FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA  
DE LA ZMG.**

En este espacio formulamos el diagnóstico preliminar 2007-2008 en quince franquicias representativas de estos nichos de negocios distribuidos en 313 puntos de venta de la fracción de la ZMG especificada.

El mayor número de los negocios se encuentra en Guadalajara con 172 (53.84%). Zapopan cuenta con 92 (28.8%), mientras que el resto se distribuye en menor proporción entre

MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.

los municipios conurbados de Tlaquepaque 20 (6.26%), Tonalá 11 (3.44%) y Tlajomulco 18 (5.3%). En este último municipio los negocios son de reciente instalación, en razón del gran desarrollo inmobiliario de interés social que se ha verificado en últimas fechas en esa demarcación, a consecuencia de su gran densidad poblacional con posibilidades de consumo de productos *f-f*, y de la captación de mano de obra joven. Ahora bien, de un universo total de 7 mil 063 empleados, se captó un universo pequeño, 1,800 trabajadores, de los cuales se entrevistó a 237, jóvenes de entre los 16 y los 29 años, que fueron ubicados en 90 puntos de ventas.

**Imagen 2. Logotipos de algunas empresas de fast food**



Esquema propio realizado con logotipos tomados de las páginas web de cada empresa, 2009

Los negocios (Imagen 2) que ofrecen mayor número de empleos a los jóvenes en la ZMG son: *Kentucky Fried Chicken* mil 500, *Dominos's Pizza* 968, *McDonald's* 714, *Pollo Pepe* 680, *Subway* 660, *Wings Army* 500, *Pizza y Come* 460, *Burger King* 460; *Benedettis* 300 y *Pizza Hut* 289. En menor proporción se encuentran *Carl's Jr*, *Peter Piper Pizza*, *Sake* y *Delibaguete*. En total suman 313 puntos de venta. En un corte de análisis de los que referiremos algunos datos, hemos concluido parcialmente que los negocios de la modalidad *f-f* comparten la práctica común de sujeción a las condiciones mínimas laborales y a las nuevas estrategias de eficiencia competitiva, productividad y flexibilidad laboral. Nos referiremos a algunos de los rasgos comunes identificados hasta este momento.

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

*Rasgos comunes:*

*Edad de los trabajadores.* Prefieren la contratación de jóvenes que no rebasen los treinta años de edad. De 232 entrevistados, el 44.59% (103) cae en el rango de 16 a 20 años de edad, el 38.53% (89) alcanzan entre 20 y 25. En menor proporción, el 18.68% (39) tiene entre los 25 y los 29 años.

*Escolaridad.* De 110 entrevistados, el 58.18% (53) tienen nivel de preparatoria, mientras que el 42.73% (47) estudian o han concretado una carrera profesional. En menor proporción se contrata a adolescentes de secundaria 2.37% (3) o con estudios técnicos; sin embargo, hay diferencia por género: De 60 hombres, el 29.0% (32) tienen alguna carrera o la están estudiando y el 24.55 % (27) cursa, o cursó, preparatoria, en tanto que entre las mujeres, en proporción de 50, la mayoría estudia o terminó el nivel medio superior 23.64% (26), y el 13.64% (15) tiene nivel profesional.

*Contratación.* Los giros de *f-f* suelen captar mano de obra a través de una

propaganda que suele ir “de boca en boca”, de los anuncios que se exhiben en las mismas empresas, o bien a partir de su ofrecimiento en los medios impresos de publicidad, en panfletos de distribución gratuita en los negocios y en la calle. La mayoría de las empresas solicitan requisitos análogos e insisten en demandar del postulante temple, carácter y personalidad que otorguen valor adicional a su trabajo. Aspiran que tengan entre 18 y 20 años de edad, cuenten con buena presentación, con estudios básicos y con la disponibilidad de ocho horas para la cobertura de vacantes a través de los contratos “a prueba” y “contratos en espera” no reconocidos por la ley laboral.

Independientemente de la existencia o no de un contrato expreso, entre los 231 entrevistados la relación de trabajo del 68% (161) es temporal, mientras que la del 30.30% (70) es indefinida. El 66.23% (153) ha firmado contrato, y el 33.77% (78) trabaja sin mediar contrato escrito. No obstante, nos encontramos frente a una modalidad de empleo que

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

parece, a lectura rápida, “adecuado” para que los jóvenes logren compaginar el estudio y el trabajo, disponer de tiempo libre o simplemente realizar la única actividad económica posible ante la ausencia de mejores opciones laborales.

Los empleos que suelen ofertarse son de supervisor, subgerente y de capacitador. La modalidad más contratada es la de empleado general, *crew* o comodín, le siguen los de repartidor, cajero y preparador (cocinero). La mayoría refiere recibir buen trato y sentirse a gusto con compañeros de su edad y en un ambiente al que consideran bueno. Quienes ofrecieron como respuesta la opción “regular” se quejaron de la exigencia y prepotencia que suele exhibir quien se ostente como encargado, o bien refieren aspirar llegar a desempeñar “algo mejor”. La mayoría acepta la inexistencia de mejores expectativas de crecimiento y desea ascender al puesto de gerente o supervisor en tanto encuentra un mejor trabajo o concluye sus estudios. Otros desean encontrar un trabajo mejor

remunerado donde prevalezcan mejores condiciones laborales.

En los periodos de descanso ven con naturalidad la realización de tareas asociadas en forma indirecta con la relación laboral, como la limpieza de su área, el adelanto de la realización del informe correspondiente o la atención a clientes. Otros comen, escuchan música, realizan tarea escolar o, simplemente, conversan. Para el 92.21% (213) constituye la única fuente empleo, en tanto que para el 7.79% (18) es una fuente de empleo complementaria: laboran en tiendas de abarrotes, puestos del mercado o en negocios de familiares.

*Antigüedad.* Como se sabe, la antigüedad se refiere a la permanencia y estabilidad de los trabajadores en el centro laboral que genera los derechos laborales mínimos establecidos en la ley más los que se establezcan en los convenios colectivos de trabajo: prestaciones relacionadas con vacaciones, aguinaldo, descansos obligatorios, vivienda, reparto de utilidades, seguridad social, indemnización por despido injustificado

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

o retiro justificado. Esta garantía laboral se vulnera en los negocios de *f-f*. De 237 entrevistados el 47.19% (109) cuenta con una antigüedad de uno a seis meses, mientras que apenas el 22.94% (53) ha permanecido por un año en el trabajo. El 10% (16) suma una antigüedad de siete a once meses, y sólo el 9.52% (22) ha logrado sostenerse en la empresa por dos años, lo que hace suponer que efectivamente la planta de trabajadores se renueva en forma permanente, tal como lo prevé este modelo de negocio: trabajar con fuerza de trabajo joven reciclable.

*Ascenso.* No obstante que reciben una capacitación acorde con los requerimientos de la modalidad del servicio que otorgan, los trabajadores no logran ascender en la misma proporción porque son pocas las opciones a disposición, y aún en ellas el alto grado de deserción no permite que se concreten. De 237 trabajadores, el 79.65 % (184) no logró ascender. Apenas el 18% (27) ascendió al puesto inmediato superior. Esta variable se

relaciona con la corta duración de los jóvenes en sus trabajos. La movilidad en los ascensos transita de empleado general a comodín o *crew*, ayudante, despachador, cocinero preparador hasta gerente coordinador del personal.

*Jornada de trabajo.* La ley laboral establece que la jornada es el tiempo efectivo de disposición laboral del trabajador: la jornada diurna con una duración de ocho horas entre las 6:00 y las 20:00 horas; nocturna de siete horas entre las 20:00 y las 6:00 horas; y mixta entre la diurna y la nocturna de 7:30 horas, siempre que no exceda 3:30 horas de la nocturna.

En este modelo de franquicias de *f-f* la jornada de trabajo se relaciona con la flexibilidad laboral. De 209 trabajadores entrevistados, el 46.86% (98) labora durante ocho horas. Sin embargo, llama la atención que señalan laborar por las noches y en turnos mixtos una misma jornada de ocho horas sin mediar el pago por el tiempo excedente. El 12.44% (26) trabaja siete horas, y el 6.70% (14) trabaja seis horas. El 67.88% labora jornada diurna,

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

el 16.67% (33) en jornada nocturna y apenas 15.66% (31) jornada mixta.

*El salario.* Constituye la retribución en efectivo por una jornada de trabajo que debe pagar el patrón al trabajador. Éste deberá ser remunerador y nunca menor al establecido como mínimo. Remunerador se refiere a su suficiencia para satisfacer las necesidades de una familia en lo material, social, cultural, y para proveer la educación obligatoria. La cotización de la oferta y demanda del salario que ofrecen los negocios *de f-f* en estudio, es de 53.26 pesos (4.90 dólares aproximadamente). Considerando el salario mínimo (SM) vigente en la zona B, a la que corresponde Jalisco.

El 55.27% (121) percibe entre uno y 1.99 salarios mínimos. En tanto, el 24.05% (57) percibe de dos a 2.99 salarios mínimos. Son pocos los que logran más de dos salarios mínimos, apenas el 5.49% (13) de la muestra. El 5.91% (14) percibe menos de un salario mínimo, mientras que el más alto alcanza nueve salarios mínimos, aunque se trata del 0.84% (2) de la muestra.

En el caso de la muestra de referencia (237) al 25.32% (60) se le paga la jornada por hora tazada entre 12 y 15 pesos, equivalente a 1.15 de dólar. Al 10.97% (26) se le paga, por día laborado, cuando más dos salarios mínimos. El 32.91% (78) recibe el pago en forma semanal. El 30.08% (73) recibe el pago en forma quincenal.

*Capacitación.* Entendemos por recursos humanos las experiencias, habilidades, actitudes, aptitudes que incrementan la productividad del personal y promueven el mejoramiento estratégico de las empresas, desde un punto de vista ético y social.

La empresa *f-f* proporciona cursos de capacitación relacionados con los procesos de elaboración de los productos y con las modalidades de la atención del cliente. Los jóvenes reciben, así, una capacitación mínima y adiestramiento en el uso de las máquinas electrónicas para la preparación de los alimentos. De los 237 empleados el 74.86% (177) fueron capacitados en el proceso de la relación de trabajo, el 25.32% (60) no recibió capacitación, aquí cabe

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

mencionar que fueron contratados con capacitación previa o llegaron capacitados por otra franquicia similar. La capacitación corre a cargo de un técnico, compañeros, del jefe inmediato superior o de ellos mismos.

*Vacaciones.* Dependen de la antigüedad del trabajador. En el caso de las franquicias *f-f*, quienes disfrutan de vacaciones son los empleados del rango administrativo, pues los operativos no acumulan el año de antigüedad exigible para el ejercicio de este derecho. De los 237 trabajadores encuestados el 48.85% (116) no goza de vacaciones por no contar con más de un año de antigüedad. El 51.05% (121) sí tiene vacaciones, el 94.21% (114) las elige y al 5.79% (7) se les asignan.

La mayoría aprovecha las vacaciones para descansar en casa, salir con los amigos, salir de antro, con la pareja, chatear, escuchar o tocar música y dormir. El dinero de las vacaciones lo emplean en enseres personales, compra de vestido, diversión, pago

deudas, compromisos que les impiden ahorrar.

*Participación ciudadana.* De 237 trabajadores el 96.97% (224) no participa en alguna agrupación social, el 94.94% (217) no pertenece a ningún partido político, el 58.28% (130) no vota en las elecciones. Con base en estos datos no se comprometen en los procesos para elegir a los gobernantes.

Los jóvenes expresan su rechazo a los políticos con calificativos fuertes: <<inútiles>>, <<corruptos>>, <<no hacen nada>>, <<se gastan el dinero de la sociedad>>, <<son una basura>>, <<gente rica sin hacer nada>>, <<mentirosos>>, <<son un asco>>, <<sólo ven por sus intereses, todos roban>>, <<pésimos>>, <<rateros>>, <<son unas lacras>>, <<puro choro>>. Esto denota la falta de autoridad que les merecen y el desencanto por la política y por quienes desempeñan funciones legislativas y ejecutivas en los gobiernos federales y estatales. Fueron pocos quienes señalaron: <<deberían hacer más por el país>>,

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

<< hacen bien>>, <<han hecho buenas cosas>>.

Sólo el 11.26% (26) ha tenido problemas con la autoridad por violar las normas de los reglamentos de buen gobierno y de tránsito ya sea por conducir un automotor en estado de ebriedad o a alta velocidad, por tomar bebidas embriagantes en la calle o por insultar a la autoridad.

Con relación a la seguridad pública: Opinaron: <<es deficiente>>, <<hay mucha corrupción>>, <<les falta capacitación>>, <<me dan miedo>>, <<es pésima>>, <<mala>>, <<sin comentarios>>. Para ésta no hubo opiniones favorables.

Cuentan con muy baja formación relacionada con medio ambiente, pues reiteran no tirar basura y agua, usar la bicicleta y reciclar. Con relación al uso de los espacios públicos manifestaron la existencia de muy pocos y en mal estado. Dijeron no usarlos.

*Entorno familiar.* El 63%(151) aporta entre 100 y 200 pesos semanales al gasto familiar El 36.29% (86) manifestó no poder aportar para el gasto en razón de la precariedad de su salario. La

mayoría vive con sus padres o familiares, en consecuencia, comparten el estado de bienestar proporcionado por el entorno familiar. Los jóvenes provienen de la clase media baja, trabajan para pagarse los estudios y los requerimientos de su atención personal.

*Cultura.* La mayoría de los jóvenes cuenta con estudios de preparatoria y carrera inconclusa, ven programas de televisión abierta y de paga: fut bol, noticias, novelas, documentales. Escuchan programas de radio donde tocan música de rock y pop. No leen el periódico, ni libros que no sean los correspondientes a su formación escolar, sólo van a conciertos públicos de rock o de banda, por carecer de dinero para la asistencia a eventos selectos.

*Vivienda.* El acceso a una vivienda digna es uno de los derechos sociales más importantes a considerar en las políticas de empleo para los jóvenes. Sin embargo, en el caso de estudio, el salario y las prestaciones laborales no les permiten acceder a este derecho. La mayoría vive en casa propia de los

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA  
¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?  
(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

padres: El 40.08% en casa propia, 12.66% en departamento propio.

Los jóvenes que viven con sus padres en casa rentada alcanzan el 24.05%. Mientras que en departamento rentado vive el 15.05%.

Algunos se han independizado y refirieron vivir en una casa prestada (2.11%) o en un departamento (2.11%). Cabe mencionar que a la mayoría le gusta vivir en la comodidad que les proporciona la casa familiar. El 78.58% (186) se siente satisfecho con el lugar donde vive. Sin embargo al 21,52% refiere disgusto respecto al lugar donde viven, por las características del barrio, por la gran cantidad de los integrantes de la familia o por tratarse de una vivienda muy pequeña.

*Salud.* La mayoría no practica deporte rutinario. Algunos lo realizan dos o tres veces por semana. Caminan, van al gimnasio, hacen pesas, corren y practican fútbol. Se automedican o hacen uso de la seguridad social del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Los accidentes del trabajo referido son quemaduras y fracturas o

esguinces por resbalarse y caer en el trabajo.

### **CONCLUSIONES.**

A manera de conclusiones preliminares precisaremos algunos puntos centrales para la discusión acerca de las franquicias de *f-f* como fuente de empleo para los jóvenes.

En el mundo globalizado han cambiado los estilos de vida de los consumidores que han traído consigo la proliferación del negocio del *fast-food*.

Estas empresas ofrecen un amplio mercado laboral a los jóvenes, que suele verificarse en condiciones de precariedad laboral. Sin embargo, significan una oportunidad de experiencia del primer empleo.

Las empresas apuestan por la idea de transitoriedad del trabajo de los jóvenes, en tanto se concluye una carrera o se encuentra un trabajo más redituable y estable. Ello supone un beneficio calculado para este giro de empresas que las exenta de la

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

responsabilidad de mejorar las condiciones laborales. Las condiciones suelen establecer contratos temporales a prueba, y en espera, y vulnerar las prestaciones mínimas establecidas por la ley laboral.

Las condiciones de precariedad laboral convierten a los jóvenes en empleados <<mil usos desechables>>.

**PROPUESTAS.**

Finalmente esbozamos una suerte de propuestas de carácter preliminar tendientes a colaborar en la resolución de la problemática descrita.

- Formulación de una política laboral integral para los jóvenes estudiantes y los recién egresados que les permita culminar con sus estudios e iniciar con la integración de un patrimonio que haga posible la mejoría de sus condiciones de bienestar.

- Creación de fuentes de empleos permanentes y bien remunerados y estables que garanticen las prestaciones mínimas de ley, más las que se adquieran por convenio.

- Establecimiento de compromisos entre la Secretaría del Trabajo, los sindicatos y los franquiciantes y franquiciatarios del formato de negocio *f-f* para que la eficiencia, la eficiencia, la productividad y la competitividad exigida a los jóvenes empleados se traduzca en salarios remuneradores que satisfagan sus necesidades económicas y favorezcan las condiciones de su bienestar.

Este trabajo constituye apenas un acercamiento a un fenómeno que merece de atención atingente y expedita. Ha referido los datos parciales de una investigación que se encuentra en proceso. En ese sentido, los datos que se han exhibido son de carácter parcial y en espera de la conclusión metodológica del trabajo en conjunto.

Ello sin embargo nos indica un camino que se abre en varias direcciones, con importantes acciones en espera de ser asumidas. Lo que se encuentra en juego no es poca cosa, del trabajo económico y de las condiciones en que se ejerce depende en buena medida el

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA  
¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?  
(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

bienestar general de los seres humanos. De esa magnitud son el problema, los compromisos y las soluciones por emprender.

**REFERENCIAS.**

- ABC Franquicias. (2011). Extraído el 30 de abril de 2010 desde <http://www.abcfranquicias.es/>
- Asociación Mexicana de Franquicias. (2010). Extraído el 30 de abril de 2010 desde <http://www.franquiciademexico.org/body-body.htm>
- Bermudez, G (2001) La franquicia: elementos, relaciones y estrategias. España: Esic.
- Busca Franquicias. (2010). Extraído el 30 de abril de 2010 desde [http://www.buscafranquicias.com/Franquicias\\_Mexico.asp](http://www.buscafranquicias.com/Franquicias_Mexico.asp)
- Capelli, Piter y HAMORI, Mónica, Are Franchise Bad Employers? (“Franquicias: ¿malos empleadores?”) (2007). Universia, Knowledge Wharton. Recursos Humanos. Extraído el 30 de abril de 2010 desde <http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&id=1402>
- De Buen Lozano, N (2007) Derecho del Trabajo. México: Porrúa.
- Directorios de Franquicias. (2011). Extraído el 30 de abril de 2010 desde [www.directoriodef franquicias.com.mx/](http://www.directoriodef franquicias.com.mx/)
- Feher, F y Gallástegui, J (2001) Las franquicias, un efecto de la globalización, 100 preguntas, 100 respuestas. México: Mc Graw Hill.
- González, E y González, R (1992). Las franquicias: Revolución de los 90. México: McGraw-Hill.
- Homs, R. (2003). *La era de las marcas depredadoras*. México: McGraw-Hill/Interamericana, México.

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

La Guía de Franquicias. (2011).  
Extraído el 16 de septiembre de 2011 desde  
(<http://www.laquiadefranquicias.com/franquicias/hooters/hooters.htm>)

Maubert, I (2010) Quinientas franquicias. *Revista Entrepreneur* 18 (1).

Merriam-Webster Online.  
<http://www.merriam-webster.com/diccionario.htm>

Taringa (2011) Las 10 cadenas de fast food más grandes del mundo. Extraído el 16 de septiembre de 2011 desde <http://www.taringa.net/posts/info/9007904/Las-10-Cadenas-De-Fast-Food-Mas-Grandes-Del-Mundo.html>

Tormo Noticias (2011) Doscientas franquicias más “ricas” del mundo. Extraído el 07 de septiembre de 2011 desde <http://www.tormo.com/noticias/14330/Las-200-franquicias-mas-%E2%80%9D-ricas-%E2%80%9D-del-mundo.htm>

Purvin, Robert (2001) Fraude en las franquicias. México: CECSA.

Raab, S y Matusky, G (2008) Franquicias. Cómo multiplicar su negocio. México: Limusa.

Sistema de Información Empresarial Mexicano ([www.siem.gob.mx](http://www.siem.gob.mx))

### **Leyes.**

Constitución Política de México. (2010). México: Porrúa.

Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial. (2006). México: Porrúa.

Ley Federal del Trabajo. (2010). México: Porrúa.

### **Mapas.**

Mapa de la Zona Metropolitana de Guadalajara. (2009). Extraído el 11 de octubre de 2010 desde <http://www.urbanfreak.net/search.php?s=911bd31e25ed654bd0be905cc5e3fea&do=process>

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

**Informes institucionales.**

CONAPO. Secretaría General del Consejo Nacional de Población (2009). Situación actual de los jóvenes en México. Extraído el 01 de mayo 2012 desde

<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/juventud/capitulos/SINTESIS.pdf>

Consejo Estatal de Población, con base en los censos y conteos nacionales.

CONAPO, proyecciones 2006-2030.

Extraído el 25 de abril de 2010 desde

[http://www.google.com.mx/search?hl=es&q=coepo+2006-2030+jalisco&btnG=Buscar&meta=&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=](http://www.google.com.mx/search?hl=es&q=coepo+2006-2030+jalisco&btnG=Buscar&meta=&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=)

Consejo Estatal de Población, Jalisco, 2009. Extraído el 24 de abril de 2010 desde <http://coepo.jalisco.gob.mx>

Conteo de Población y Vivienda (2005)

Extraído el 01 de mayo 2012 desde [www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/.../cpv2005/default.aspx](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/.../cpv2005/default.aspx)

Encuesta Nacional de Juventud (2010)

Resultados generales publicados en

2011. Extraído el 25 de abril de 2011 desde

<http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/Encuesta Nacional de Juventud 2010 - Resultados Generales 18nov11.pdf>

ENOE. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. INEGI 2010.

Extraído el 25 de abril de 2011 desde

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/microdatos2/encuestas.aspx?c=14439&s=est>

INEGI. Encuesta Nacional de Empleo, ENOE, 2008. Extraído el 24 de

diciembre de 2008 desde [www.inegi.org.mx/.../Indicadores%20estructurales%20de%20ocupacion%20y%20empleo](http://www.inegi.org.mx/.../Indicadores%20estructurales%20de%20ocupacion%20y%20empleo)

INEGI. Encuesta Nacional de Empleo, ENOE, 2007. Extraído el 25 de abril de 2007 desde

[http://www.inegi.gob.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/enoe/enoe2007/Enoe2007.pdf](http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/hogares/enoe/enoe2007/Enoe2007.pdf)

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA  
RAMÍREZ DIEZ.**

· Informe de Desarrollo Humano,  
Jalisco 2009. Extraído el 23 de abril de  
2010 desde

[http://coepo.jalisco.gob.mx/html/l\\_Desarrollohumano.html](http://coepo.jalisco.gob.mx/html/l_Desarrollohumano.html)

**ANEXO.**

**Tabla 1:**

**Esquema 1. Ranking de las 10 franquicias más ricas del mundo 2010/2011**

R A N K I N G	Franqui- cia o fundación	Giros	Factura- ción mil millones dólares	Costo miles dólares	Cannon miles	R O Y A L T Y	P U B L I C I D A D	Años Con trato	Países	Puntos de ventas cantidad de emplea- dos	E M P L E A D O S
1	Mc.Donald's	hambur guesas	56 000	45 000	45.000€	5%	4%	20	19	35.000	1 750.000
2	Burger King 1954	hambur guesas	13 000	550 000	47000€	5%	5%	20	61	12 000	240 .000

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

3	Subway 1960	sandwiches	10 000	2 000	7 500€	8%	4.5%	20	97	35 000	175. 000
4	Wendy´s 1969	hamburguesas	9 000	500 000	500000€	6%	4%	20	25	7 000	35. 000
5	Pizza Hut 1958	pizzas	9 300	360 000	41.000€	6 %	5%	10	100	12.700	254. 000
6	Taco Bell 1962	tacos-mex	47 000	45 000	1.7millions US	5.5 %	x	x	15	6 500	130.000
7	Dunkin Donuts 1950	fast food Rosquillas	26.9	260.000	1000 00us	6%	NA	10	60	9 700	116 400
8	Dominos Pizza 1983	fast food Pizzas	30 000	50.000€	50 000€	4%	2%	5	55	8 600	86 .000
9	Kentucky Fried Chicken 1952	pollo	13 200	600 000	41 000 US	6%	5%	10	107	22 200	444 . 000
10	Hooters 1983	variedad	812.5 millones	460.000 €	x	6%-9%	x	20	74	116	2.320
TOTAL			215.215.5						613	148.816	3,232,72

Elaboración propia con base en datos consultados en Taringa (2011), Tormo (2010), Busca Franquicias (2010), Directorios de Franquicias (2011), ABC Franquicias (2011), La Guía de Franquicias (2011).

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA  
RAMÍREZ DIEZ.**

**Tabla 2:**

Esquema 2. Franquicias de comida rápida en México						
Franquiciatarios	Franquiciantes	Nacion alidad	Cuota de franquicia	Rango de ventas en dólares		Empleados promedio
3,140	Carl's Jr.	EU	ND	51 mil	30,000,000	272
107	Benedetti's Pizza	Mexica na	65,000 US	101,000	200,000	327
264	Burger King	EU	450,000	51,000	30,000,000	3585
121	Subway	EU	ND	51,000	30,000,000	725
54	Pollo Pepe	Mexic ana	12,000- 25,000 US	51,000	3,000,000	138
381	Mc Donald's	EU	250,000 US		ND	6160
178	Pizza Hut	EU	45,000 US	51,000	6,000,000	1246
81	Dominos Pizza	EU	ND	51.000	30,000,000	1024
322	KFC	EU	45,000 US	51,000	3,000,000	1510
27	Pizza y Come	Mexic ana	10 ,000 US	51,000	100,000	81
50	Wings Army	Mexic ana	250,000 pesos	51,000	100,000	300

**FRANQUICIAS DE COMIDA RÁPIDA**  
**¿LA MEJOR FUENTE DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES?**  
**(Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, México)**

15	Peter Piper Pizza	EU	ND	50,000	30,000,000	272
24	Chicken House & Salads	Mexica na	150,000 pesos	ND	ND	ND
4764				661.000 US	233,200, 000	15,650
Esquema propio realizado con base en datos de Maubert Roura (2010)						

**\*Autoras:** profesoras investigadoras titulares de la Universidad de Guadalajara del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. Integran el Cuerpo Académico “Transformación Social” adscrito al Departamento de Desarrollo Social que sustenta el programa de posgrado Maestría en Gestión y Desarrollo Social del que son catedráticas a nivel de licenciatura, maestría y doctorado, directoras de tesis y tutoras. Desarrollan en la actualidad varios proyectos de investigación asociados con el desarrollo social. Universidad de Guadalajara, Av. de los Maestros y Alcalde, Edificio “G” nivel 2, ala poniente, Colonia La Normal. C.P. 44260. Guadalajara, Jalisco, México  
Tels: (33)38193322, 38193369.

**MARÍA RITA CHÁVEZ GUTIÉRREZ, MARÍA ANTONIA CHÁVEZ GUTIÉRREZ Y ÉRIKA RAMÍREZ DIEZ.**

**María Rita Chávez Gutiérrez.** Licenciada en Derecho por la Universidad de Sonora, Maestra en Derecho por la Universidad de Guadalajara y Doctora en Derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México, integrante del Sistema Nacional de Investigadores. Correo de contacto [asesorchavezrita@yahoo.com.mx](mailto:asesorchavezrita@yahoo.com.mx)

**María Antonia Chávez Gutiérrez.** Licenciada en Psicología, Maestra en Psicología Educativa y Doctora en Educación Superior por la Universidad de Guadalajara. Presidenta del Observatorio Observaltrata, Capítulo México. Se ha desempeñado como catedrática y conferencista a nivel nacional e internacional en numerosas ocasiones en México, Costa Rica, Cuba, Argentina, Estados Unidos de Norteamérica, El Salvador, Holanda, Chile, España y Francia. Correo de contacto [asesorchavez@yahoo.com.mx](mailto:asesorchavez@yahoo.com.mx)

**Érika Ramírez Diez.** Licenciada en Psicología por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Licenciada en Letras Hispánicas y Maestra en Lengua y Literatura Mexicana por la Universidad de Guadalajara, y candidata a doctora en Filología por la UNED, España. Correo de contacto [erikaramirezdiez@gmail.com](mailto:erikaramirezdiez@gmail.com)