



zaje de idiomas, así como el manejo de las TIC, llevan cada día, acercar regiones y eliminar fronteras. Actualmente el conocimiento sobre el funcionamiento de los negocios internacionales son saberes específicos que requieren mayor difusión, para que un país se integre exitosamente en el contexto mundial.

Al relacionar la educación con la productividad, se evidencia la baja calificación de la mano de obra en países como el nuestro (Colombia), al querer aumentar la competitividad, se necesitaría una proporción de profesionales en áreas requeridas para tales efectos.

La distribución de las políticas educativas debe considerarse una contextualización que permita articular las necesidades del mercado interno y externo.

Las recientes reformas de la economía y educación, en la liberalización comercial y el ingreso a los mercados internacionales han aumentado la demanda de mano de obra.

Las actuales políticas macroeconómicas y la liberalización comercial han determinado cambios tecnológicos y desplazado la demanda laboral hacia el empleo más calificado. Las políticas de formación del recurso humano deben estar direccionadas a mediano y largo plazo, ya que estas estrategias deben estar correlacionadas con las variables macroeconómicas del desempleo, salarios e inversión social de los pueblos.

Es supremamente relevante que las instituciones de educación superior se adapten a las necesidades económicas de los países. Sin embargo, la cuestión está en cómo lograr que esa educación dirigida específicamente permita, mediante su apoyo a la producción intelectual, mejorar las condiciones de vida para quienes participan en ella.

## CONCLUSIONES

La internacionalización de las universidades a través de los programas de Negocios Internacionales es una responsabilidad que se debe asumir, como formadores de profesionales de actitud y aptitud internacional, debiendo procurar que los estudiantes adquieran un grado de conciencia amplio de la globalización y comprensión de la problemática sociocultural de nuestro planeta. Incluir

en los currículos asignaturas que destaquen el entorno local hacia lo global, fomentando trabajos pluriculturales, promoviendo la enseñanza de una segunda y tercera lengua, enseñar áreas disciplinares con contenidos de contexto internacional, incentivar las pasantías internacionales a través de cooperaciones y asociaciones académicas e investigativas de índole internacional.

## BIBLIOGRAFÍA

- BID. Banco Interamericano de Desarrollo. América Latina frente a la desigualdad. Progreso económico y social en América Latina. Informe 1998-1999. Washington, 1998.
- Banco Interamericano de Desarrollo. Informe anual 1998. Washington, 1998.
- BIRDSALL, Nancy; LONDOÑO, J. L. y O'CONNELL, Leslie. "La educación en América Latina: la demanda y la distribución importan". Revista de la CEPAL No. 66, diciembre de 1998. Santiago de Chile.
- BUENDÍA GÓMEZ, Hernando (director). *www.colombiaprende.edu.co. Educación, la agenda del siglo XXI. Hacia un desarrollo humano*. Santa Fe de Bogotá, D. C: PNUD: TM Editores, 1998.
- Expertos señalan que la educación superior en negocios debe tener visión global (2011, Nov. 30). Noticias Financieras, pp. n/a. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/906559028?accountid=44025>
- GACEL-ÁVILA, Jocelyne. "Internacionalización de la Educación Superior en América Latina y el Caribe", Guadalajara, Jal., México: Ed. Gráfica Nueva de Occidente, 1999, 210 p.
- TEISSIER, Carlos E. "Formulación de un Plan de Internacionalización de largo plazo" XII Reunión Nacional de Responsables de Cooperación Académica México: Monterrey N.L., 2006.
- RAMOS, Gabriela. "1er Encuentro Docente. Educación Superior, Retos y Prospectiva, Universidad del Valle de México". Estado de México, México, 2003.
- <http://portal.unesco.org/education>
- <http://www.ampei.org.mx>
- <http://www.uanl.mx>

# Las franquicias internacionales de comidas rápidas en la ciudad de Barranquilla, como generadora de empleo\*

## International fast food franchises as employment generator in Barranquilla

Por Fernando Conde Danies\*  
fernando.conde13@uac.edu.co

### Resumen

La franquicia como concepto de negocio contextualizado en la comercialización de servicios (Comidas Rápidas), ha sido tomada como una opción de oportunidades para la generación de empleos, basándose en las ventajas que estos formatos ofrecen. Sin embargo, al igual que cualquier otro formato de negocio desarrollado en el Distrito, las franquicias de comidas rápidas, han tenido que desenvolverse en un escenario laboral donde la variable macroeconómica desempleo sea el propósito de análisis para el impacto en la generación de empleo en Barranquilla, para este artículo se analizarán aspectos básicos de las franquicias de comidas rápidas determinando estos negocios como rentables, generadores de fuentes de empleo joven, beneficiando a gran parte de la población juvenil económicamente activa. Consecuentemente aunque el sistema de franquicia de comidas rápidas es un sistema de negocio viable, por sí solo no va a paliar la problemática de desempleo existente en la ciudad de Barranquilla.

**Palabras clave:** Desempleo, Laboral, Franquicia, Empleo.

**Key words:** Unemployment, Labor, Franchise, Jobs.

### Abstract

Franchising as a business concept in context to the marketing of services (Fast Food), has been taken as a choice of opportunities for employment generation, based on the benefits of these formats offer. However, like any other business format developed in our city, fast food franchises have had to deal with a workplace scenario where the unemployment macroeconomic variable is the purpose of analysis for the impact on employment generation city, for this article will analyze the basic aspects of fast food franchises determined that these businesses are profitable, generating youth employment sources, benefiting much of the economically active youth population. Consequently, although the system of fast food franchise business is a viable, by itself will not alleviate the problem of unemployment in the city of Barranquilla.

\* Artículo producto de los estudios formativos.

\* Profesor tiempo completo del programa de Negocios y Finanzas Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Universidad Autónoma del Caribe.



*“La franquicia constituye un formato de negocio dirigido a la comercialización de bienes y servicios según el cual, una persona física o moral (franquiciante) concede a otra (franquiciado) por un tiempo determinado, el derecho de usar una marca o nombre comercial, transmitiéndole así mismo los conocimientos técnicos necesarios que le permitan comercializar determinados bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos uniformes.”*

(<http://www.comunidadandina.org/brujula/doc/riera.pdf>)

## INTRODUCCIÓN Y DESARROLLO

A través de los tiempos, ha sido muy notorio el desarrollo de las organizaciones y la forma en que enfrentan al mundo de los negocios, caracterizada por la exploración de las ventajas competitivas con que cuentan las regiones. Las organizaciones hacen reingeniería a su estructura operativa y productiva a fin de mantenerse competitivas y afrontar el reto futuro, de un futuro incierto determinado por cambios tecnológicos, mayor demanda de productos y servicios, dada por el aumento de población.

Uno de los determinantes de la creación de empresas y por consiguiente de fuentes de empleo es el factor globalizante, considerando las amplitudes de los mercados cada día más competitivos, existiendo la libre competencia consolidándose las organizaciones que saquen lo mejor de sí con sus ventajas competitivas. Esto ha hecho que estas estén disponibles para un mercado más amplio y que las ya creadas se enfrenten a un mercado cada vez más competitivo, donde la existencia de una libre competencia hace imperante la necesidad de sacar a la luz ventajas competitivas que las hagan consolidarse. En este sentido las franquicias de comidas rápidas en la ciudad de Barranquilla, se presentan como una opción de negocios, con la característica de que su inversión comparada con otros formatos de este tipo de negocios sean más redituables y oportunos.

En el distrito de Barranquilla, observamos que el formato de las franquicias de comidas rápidas han venido aumentándose en forma acelerada, incidiendo notablemente en la transformación del contexto socioeconómico de la ciudad.

En la actualidad en la ciudad de Barranquilla, el au-

mento del desempleo es la principal preocupación del Gobierno Distrital. Muchas personas desempleadas o subempleadas necesitan planes de emprendimiento, buscándose los medios de ingresos para sobrevivir.

Para estas personas el formato de las franquicias son alternativas que suponen una inversión garantizándose beneficios de parte y parte.

Las franquicias de comida rápida seguirán siendo estudiadas por investigadores dada su fundamentación como formato empresarial, en una economía real basada principalmente en el sector servicios.

Los sistemas de franquicias constituyen la mejor garantía contra el fallo del mercado, después de la propiedad directa (Stern, El-Ansary, Coughlan y Cruz, 1999).

Llegándose a considerar como el acuerdo cooperativo que ha tenido un crecimiento más rápido (Gassenheimer, Baucus y Baucus, 1996).

El crecimiento de este modelo organizacional es el resultado de las tendencias del mercado barranquillero, basado en la transición de mercado de producción al de servicios, estando este concepto a la vanguardia en el sector servicios.

Las preferencias de los consumidores ñeros deseando calidades uniformes y conveniencia a la hora de menú, horario, precio u otras variables, fortalezas del sistema franquiciador.

El aumento de la demanda de bienes de especialidades en comidas rápidas por parte del consumidor barranquillero, ha permitido la consecuencia de ello.

Esta tendencia integra nuevos mercados y productos en segmentos insatisfechos.

Las licencias de franquicias en el extranjero, se han convertido rápidamente en negocio de exportación de servicio de comidas rápidas de Colombia para el mundo, y del mundo para Colombia.

Barranquilla no ha estado ajena a este desarrollo, el concepto de franquicia de comidas rápidas ha sido

adoptado por la sociedad organizacional. En estos momentos el concepto de franquicia implica un formato de negocio con estructura organizacional, flujogramas, plan operativo, estrategias mercadológicas u otras estrategias (diferenciación, concentración o costos), a través de partes contractuales.

La franquicia de comidas rápidas se interpreta como una alternativa válida para desarrollar el dinamismo regional, colaborando con el mejoramiento socioeconómico en la región donde se localiza, dada la generación de empleos directos e indirectos, implicando el ingreso de una empresa, su marca, productos, etc.

Sin duda alguna, el rubro de comidas rápidas y restaurantes en la ciudad de Barranquilla es considerado referente en la región Caribe, ya que es aquí donde las franquicias han alcanzado un fomento inusual, logrando un importante avance y desarrollo en comparación con otros sectores, ya que a su vez es el sector que cuenta con el mayor número de franquicias dentro de este mercado. La mayor parte de las empresas son de origen norteamericano, como por ejemplo KFC, Burger King, McDonald's, Subway. Sin embargo, para colocar una franquicia en este sector en la ciudad de Barranquilla, no bastaría simplemente la aplicación del concepto o modelo empresarial, sino el análisis del gusto caribeño, especialmente barranquillero.

El desarrollo económico de la ciudad de Barranquilla en el lapso de los últimos años ha aumentado en más de 40%, gracias a la llegada de estas empresas extranjeras, siendo estas, fuente de trabajo para todos los barranquilleros, lo cual les ha permitido tener una estabilidad laboral, obteniendo mayores ingresos redundando en la economía local\* (Fedesarrollo, 2010).

Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2011), el sistema de franquicias en Colombia es también un importante generador de empleo. Casi 20.000 trabajadores desarrollan su profesión bajo este modelo, que también participa en la creación de otros 4.000 puestos indirectos.

El formato de franquicias en nuestra ciudad permite la globalización y localización de las convergentes necesi-

dades del consumidor local, nacional e internacional, contando a Barranquilla como ciudad metropolitana contextualizada en el ámbito global, ofreciendo una variedad de menús de comidas rápidas atrayente a toda clase de consumidor, generando una mayor demanda de clientes ávidos de satisfacer su gusto gastronómico.

Colombia no es ajena, lo mismo que la ciudad de Barranquilla al fenómeno de la globalización, en donde lo local traspasa hacia lo global, trayendo una competencia sin barreras, haciendo del consumidor más exigente e informado.

Esta tendencia global trae consigo opciones para explotar las oportunidades en los mercados externos, utilizando estos formatos de comercio para crecer en mercados extranjeros, entre ellos el colombiano y especialmente el barranquillero.

Las franquicias de comidas rápidas que operan en la ciudad de Barranquilla, porcentualmente en gran proporción extranjeras, aportan al crecimiento de la economía barranquillera, mejorando el nivel de productividad, el nivel de servicio al cliente y la calidad de los productos, por ser factores estándares que se manejan a nivel mundial, además de la generación de puestos de trabajo.

A través de la observación y pequeñas entrevistas al consumidor barranquillero se determinó el posicionamiento de los restaurantes de franquicias de comida rápida en la ciudad de Barranquilla.

Se escogieron cinco establecimientos de mayor relevancia en la ciudad, para determinar el posicionamiento que tienen en la mente de los consumidores barranquilleros.

**Tabla I. Top of Mind de las franquicias de comidas rápidas**

McDonald's	30, 13%
Burger King	24, 03%
K.F.C.	13, 12%
	20, 22%
Subway	12, 50%

Fuente: Elaborada por el autor.



Las características determinantes en la demanda de estos establecimientos de comidas rápidas se deben a la prioridad de ciertos elementos que el consumidor barranquillero ha considerado de suma importancia:

Higiene, Infraestructura, Precio, Promociones, Sabor, Entrega a domicilio, Calidad del servicio, Calidad del producto, Tiempo de atención, Tiempo de preparación, Servicios Adicionales, Prestigio de marca, Número de establecimientos, Ambiente, Localización y Publicidad (Análisis crítico del autor, basado en observaciones).

### CONCLUSIONES

Las organizaciones empresariales llamadas franquicias son las de mayor crecimiento en el distrito de Barranquilla, exclusivamente las pertenecientes al ramo dedicado a la comercialización de alimentos, específicamente los restaurantes de comidas rápidas.

En la ciudad de Barranquilla la gran mayoría de las franquicias son relativamente nuevas pues su inicio de operaciones no va más allá de un periodo de 15 años.

Las franquicias son generadoras de fuentes de empleo estables que propenden al crecimiento de las organizaciones en Barranquilla; sin embargo, como el número de ellas es bajo en comparación con el nivel de desempleo, es obvio que no va a solventar esta aguda problemática.

La mano de obra empleada por las franquicias de comidas rápidas en Barranquilla, se encuentra en un intervalo entre los 18 y 25 años de edad, específicamente estudiantes; estos ven en este sistema la oportunidad de contar con horarios flexibles y acordes con su necesidad de estudiar y trabajar al mismo tiempo (Sondeo para medir el nivel de edad de trabajadores de las franquicias de comidas rápidas en Barranquilla).

El nivel de rotación de los empleados que tienen las franquicias de comidas rápidas es bajo, esto nos lleva a concluir que son empleos que proporcionan estabilidad laboral a sus trabajadores.

Los empleos ofertados por los sistemas de franquicia de comidas rápidas, cumplen con todos los requisitos y be-

neficios exigidos por las leyes colombianas, es decir, los derechos de los trabajadores son respetados.

Lo que sí hay que sustentar es que el sistema de franquicia no va a solucionar la problemática de desempleo que reina en el ámbito nacional y por extensión en el Distrito, se necesitan de iniciativas que en este sentido tome el gobierno central, regional y local conjuntamente con la empresa privada.

El formato de franquicia es una de las opciones más ágiles en la creación y desarrollo de empresas siendo uno de los modelos de crecimiento empresarial más demandado por emprendedores e inversores.

Son cada vez más las empresas que deciden crecer a través de la franquicia.

El impulso de este sistema debe suponer una vía de incremento en la creación de empresas competitivas y en la creación de empleo sostenible muy por encima de las cifras actuales.

La franquicia representa seguridad empresarial, empleos estables y un acercamiento continuo a las demandas de los clientes en cada uno de los sectores en que opera.

Las franquicias de comidas rápidas son una oportunidad que el empresario barranquillero tiene para diversificar sus inversiones. Este tipo de negocio aporta estableciendo nuevos estándares de servicio, mejora la imagen turística del país y contribuye a la creación de nuevas plazas de empleo.

El alto grado de conocimiento de los consumidores en cuanto a precios y promociones ofrecidas por los establecimientos de comidas rápidas así lo demuestra.

Las estrategias de mercadeo aplicadas por la gran mayoría de franquicias de una u otra forma en la actualidad han sido dirigidas a precio y promoción.

Las franquicias internacionales que operan en Barranquilla, mantienen una guerra de precios, para mantener su volumen de ventas y no perder participación en el mercado.

Aunque la crisis económica golpea fuertemente a muchas empresas, los negocios de franquicias de comidas rápidas se ven afectados en menor grado debido al respaldo de la marca internacional, por ello cabe recalcar que al realizar una inversión es menos riesgoso invertir en una franquicia que si se actuara de forma autónoma.

### BIBLIOGRAFÍA

- ACUÑA, Alejandro (2004). *Evaluación Administrativa y Financiera de la Franquicia de Alimentos Herne's Fried Chicken en Maturín*. Universidad de Oriente.
- BARROW, Layla Jhaney (2004). *Análisis del Entorno Operativo de la Franquicia y su relación con el Desarrollo Económico de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) en el Estado Monagas*. Universidad de Oriente.
- CONTRERAS, Ana Isabel (2002). *Análisis del Sistema de Franquicias como una Alternativa de Negocio en Venezuela*. Universidad Experimental Simón Rodríguez.
- Diccionario de Economía y Negocios*. España: Editorial Espasa Siglo XXI, 1999.
- Diario *El Universo*, 16 de febrero de 1999. Mundo Económico, p. 9.

FERENZ, Feher Tocatli y GALLASTEGUI, Juan Manuel (2004). *Las Franquicias. Un efecto de la globalización. 100 Preguntas, 100 Respuestas*. México: Editorial McGraw-Hill.

GUEVARA, Eneida (2001). *Estudio Diagnóstico producido por los Elementos del Plan de Mercadeo Empleados en las Franquicias Rubro*. Artículos varios sobre las tiendas independientes ubicadas en la ciudad de Maturín. Universidad Experimental Simón Rodríguez.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (1996). *Mercadotecnia*. México: Edit. Pearson Prentice-Hall, sexta edición.

KOTLER, P. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall, p. 565.

LEANDRO, Gabriel (2003). *El Problema del Desempleo: Causas y Consecuencias* (Documento en línea). Disponible: (<http://www.edebedigital.com/EV/fmur/desempleo/desempleo.htm>) (Consulta: 2006, febrero 08).

