

POR NAYELI MEZA OROZCO

@nayeli\_meza

**L**a falta de oportunidades escolares y laborales ha hecho que los jóvenes en México se conviertan en presa fácil de la delincuencia. Ante este complejo panorama, McDonald's puso en marcha la campaña 'Creemos en los Jóvenes', con la finalidad de brindar a la juventud una mayor confianza para poder entrar al mercado laboral y con ello generar experiencia para su siguiente trabajo.

"En la medida en que estos jóvenes se integren al mercado laboral se van a poder reducir los índices de violencia, delincuencia, drogadicción y todos los males que afectan a la sociedad", dice Félix Ramírez, director de Comunicación Corporativa para McDonald's en la División Norte de Latinoamérica y Caribe.

El directivo explica que la

#CreemosEnLosJóvenes

# MCDONALD'S

## ALEJA A JÓVENES DE LA DELINCUENCIA

**La empresa otorga apoyos para que la juventud pueda seguir con sus estudios e imparte programas de fortalecimiento de habilidades que los ayudan a ingresar al mercado laboral**

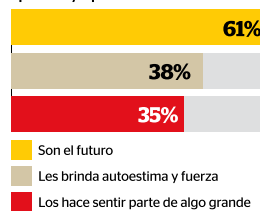
juventud incurre en estos actos porque no tienen otra salida y necesitan un ingreso para salir adelante.

La empresa estadounidense trabaja en programas de fortalecimiento de habilidades, de apoyos económicos para que continúen con sus estudios, en capacitación virtual y presencial, entre otros. "Esta campaña es una gran oportunidad para miles de jóvenes que buscan salir adelante.

Al motivarlos y creer en ellos podremos reducir las problemáticas sociales".

### CONFIANZA

¿Por qué los jóvenes creen que hay que confiar en ellos?



En la actualidad, la cadena de restaurantes emplea a más de 11 mil colaboradores en México, de los cuales, 90 por ciento son jóvenes entre 17 y 21

61

por ciento

de los jóvenes que busca empleo quiere sentirse valorado

años. A nivel Latinoamérica la cifra de la población joven asciende a 73 mil.

Para el 82 por ciento de los jóvenes latinoamericanos la principal barrera a la que se enfrentan al momento de buscar empleo es que no cuentan con experiencia previa, de acuerdo con un estudio elaborado por McDonald's. El reporte también muestra que un 81 por ciento pide que se confíe más en ellos.

La empresa se ha puesto la meta de motivarlos para que continúen con sus estudios y con ello logren una mejor calidad de vida. "Cuando les decimos 'Creo en ti', ellos responden de una manera muy positiva. Debemos apostar por los jóvenes para que se conviertan en buenas personas para la sociedad."

73

por ciento

de los jóvenes piensa que la falta de oportunidades es una barrera



FOTO: ESPECIAL