



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
cclemenz@luz.ve
Universidad del Zulia
Venezuela

Prieto Sánchez, Ana; Zerpa López, Leiniz; Martínez Ramírez, Marle
La actividad económica informal y el negocio de franquicia en Venezuela
Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XIV, núm. 2, mayo-agosto, 2008, pp. 333-345
Universidad del Zulia
Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011672009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

La actividad económica informal y el negocio de franquicia en Venezuela

Prieto Sánchez, Ana*
Zerpa López, Leiniz**
Martínez Ramírez, Marle***

Resumen

En el presente artículo se plantea el negocio de franquicia como una alternativa viable para canalizar la problemática de la informalidad laboral en Venezuela. Con base a un análisis documental-bibliográfico, se muestra la aplicabilidad de dicho modelo en un proceso de reconversión de la actividad económica informal en el país. Para lograrlo, se ha considerado la articulación entre diferentes conceptos económicos: el modelo de franquicia de conversión y la problemática de la economía informal en Venezuela, flagelo económico social presente en la realidad venezolana. Se concluye que un modelo de reconversión de la actividad económica informal representaría una alternativa para transformar esta actividad en el país, planteándose la conformación de una PYME con fortalezas financieras y operacionales, con altos niveles de racionalidad, cuya actividad principal es ejecutada por otros individuos de manera informal; de esta forma se estructura una estrategia de crecimiento en función de la absorción de los ejecutores informales quienes, a través del financiamiento público o privado, concretan la conformación de una microempresa y la firma de un contrato tipo franquicia con la PYME.

Palabras clave: Negocio de franquicia, economía informal, reconversión, microempresas, pequeña y media-
na empresa.

Informal Economic Activity and Franchise Businesses in Venezuela

Abstract

This article proposes the franchise business as a viable alternative for channeling the informal labor problem in Venezuela. Based on a documentary-bibliographical analysis, applicability of the aforesaid model is shown in a reconversion process of informal economic activity in the country. To achieve this, articulation between different

* Economista. Magíster en Gerencia de Empresas: Mención Mercadeo. Cursante VI Cohorte Doctorado en Ciencias Humanas de LUZ. Profesora Asociada. PPI Nivel I. Científico Secretaria Docente de Postgrado LUZ-COL. Autor para la correspondencia.

** Ingeniero Electrónico. Magíster en Gerencia Financiera.

*** Ingeniero en Computación. Magíster en Informática Educativa. Profesora Agregada. Dedicación exclusiva. Docente Investigadora. Acredita en el PPI.

Recibido: 07-02-16 • Aceptado: 08-01-15

economic concepts has been considered: the conversion franchise model and the problem of the informal economy, a socio-economic scourge present in Venezuelan reality. The study allowed researchers to conclude that a reconversion model for informal economic activity would represent an alternative for transforming this activity in the country, proposing the formation of a SAME with financial and operational strengths and high levels of rationality, whose main activity would be carried out by other individuals in an informal manner; in this way a growth strategy is structured that absorbs the informal executors who, through public or private financing, solidify the formation of a micro company and the signing of a franchise-type contract with the SAME.

Key words: Franchise business, informal economy, reconversion, micro-companies, small and medium enterprises.

Introducción

El desempleo es un fenómeno que atenta contra el bienestar de la sociedad, ya que su repercusión está íntimamente vinculada a la familia, siendo el eje central de la misma. Una vez que se origina la pérdida del empleo formal, el siguiente paso pudiera consistir en acometer actividades comerciales en el sector informal de la economía (Huerta, 2004). En ese momento se genera una situación de exclusión del sistema de previsión social, y el individuo pasa a engrosar las cifras referentes al caso.

El periodo comprendido entre los años 1999 y 2002, representó todo un hito con relación a la variable empleo en Venezuela. Por primera vez se alcanza la cifra histórica de veinte por ciento (20%) de desocupación, igualmente y en forma sostenida la informalidad supera al empleo formal (Conindustria, 2003).

La situación de incremento del desempleo y por ende de la informalidad, obedece a diferentes factores que han reducido gran parte de la actividad industrial del país. Para el año 2003, el parque industrial estaba próximo a las 4.500 industrias lo que representó una disminución del 61%, ya que, para el año de 1997 se había alcanzado un tope de 11.539 de éstas en operación (Conindustria, 2003). En esta coyuntura, el estrato industrial más afectado es el de la Pequeña y Mediana Industria,

donde se ubica el mayor número de cierres, lo que representa un considerable impacto al momento de evaluar la variable desempleo, siendo este segmento el mayor empleador (Conindustria, 2004).

La recuperación de la economía significa entre otras cosas, disponer de un esquema de acción con reglas claramente establecidas, que promuevan la inversión y premien el desarrollo. Es el apoyo cierto y sostenido a la pequeña y mediana empresa, facilitando los medios para su expansión entre los que destaca las posibilidades de acceder fácilmente al financiamiento con tasas preferenciales sin menoscabo de la estabilidad del sistema bancario, lo que se traduciría en una mejora del aparato productivo desde el punto de vista de la población económicamente activa (Freije, 2002).

En este contexto, se circunscribe el establecimiento de programas que refuerzen la generación de empleo y que dada la coyuntura pudieran ser atendidos con los recursos administrados por el Estado producto de la renta petrolera, de esta forma se lograría mitigar este flagelo en el corto plazo. Sin embargo, la respuesta contundente se extenderá al mediano y largo plazo, abarcando políticas acertadas en materia económica y de generación de confianza para la recuperación de la inversión privada en sectores diferentes al de la explotación petrolera, así también el establecimiento

y cumplimiento, por parte del Estado, de normas claras en la relación comercial con sus nuevos socios independientemente de la concepción político-ideológica y una legislación ética y transparente donde se administre apropiadamente la justicia.

Las cifras que se manejan sobre la problemática del desempleo y la ocupación informal son por demás alarmantes, para el año 2003 se estimaba una población económicamente activa por el orden de las 11.300.000 personas, de estas, 3.000.000 se sumaron en el decenio 1990-2000. Del total de la población económicamente activa, estaba empleada solo el 48,29%, que representa un poco mas de 4.200.000 personas, mientras que la informalidad ocupaba el 51,71%, para una cifra de personas en actividad económica informal de 4.600.000, mientras que el desempleo mantenía una población inactiva de 2.400.000 personas (Conindustria, 2003).

De esta realidad, se desprende la propuesta de revertir la tendencia y acometer acciones que apunten a disminuir la tasa de desocupación y de informalidad. Toda acción tendiente a mitigar esta realidad redundará en beneficios sociales, económicos y políticos que a su vez sentarán las bases para impulsar el desarrollo sustentable y sostenido de la nación.

En este respecto, afirma Huerta (2004) que la solución al problema del desempleo y la actividad económica informal ha quedado circunscrito a la generación de confianza para promover la inversión privada a gran escala con la consabida creación de nuevos puestos de trabajo de forma que se ocupe a los desempleados y se logre la migración de las masas informales.

En este orden de ideas, se presenta como alternativa económica el modelo de franquicia de conversión, para transformar

o reconvertir el desempleo y la economía informal en actividades formales en la estructura de producción económica de Venezuela. La franquicia puede definirse como una forma de expansión de negocios sólidamente constituidos donde el propietario cede a través de un contrato los derechos de uso de la marca y los manuales de funcionamiento del negocio a cambio de lo cual recibe un pago inicial y regalías a futuro, siempre y cuando se cumplan los estatutos acordados en el contrato, respetando los estándares establecidos por el propietario original del negocio (Molero, 1999).

Para efectos del trabajo se ha considerado la franquicia de conversión, la cual, consiste en sumar al sistema aquellos negocios independientes del mismo ramo, con esto se logran mayores beneficios ya que el franquiciado cuenta con experiencia y participación en el área pudiendo asimilar rápidamente los nuevos procedimientos y generar utilidad en el muy corto plazo.

En Venezuela, actualmente, existen símiles negocios extendidos a través de este sistema: negocios de lavandería, de cuidado de uñas y cabello, de tiendas por departamento, transporte, encomiendas, de cuidado de niños, ventas de artículos diversos, y cualquier emprendimiento que, una vez comprobado su éxito, se extiende muy rápidamente con el empuje, inversión y trabajo de otras personas que no guardan relación alguna con el dueño o los dueños del negocio original.

Por ello, en el presente trabajo se aborda una nueva perspectiva o modelo económico que consiste en formalizar la actividad informal en un proceso de reconversión donde se fusionan varios conceptos como el de la pequeña y mediana empresa, la microempresa y el formato de expansión tipo franquicia.

1. Empleo, desempleo e informalidad en Venezuela

Empleo es la condición en la cual las personas trabajan por un sueldo o salario y que prestan sus servicios a un empresario (Rosenberg, 2002). Desde el punto de vista de la macroeconomía, es la tasa o nivel de ocupación de la población económicamente activa, donde la ocupación está signada por un régimen indefinido de contratación y el trabajador goza de los beneficios económicos y sociales contemplados en la legislación laboral. Las dos últimas consideraciones dan carácter de formalidad al empleo (Huerta, 2004).

El desempleo, es la falta de empleo para la población activa (Rosenberg, 2002). Es el sector de la población que se encuentra desocupada, sin posibilidades reales de generar ingresos a través de la venta de sus capacidades laborales. Por último la Informalidad, representa al sector económicamente activo que se desempeña en trabajos donde no se cuenta con los beneficios económicos y sociales otorgados por la ley, ni la posibilidad de honrar los deberes tributarios respectivos (Rosales, 2003). Estos tres grupos conforman el total de la población económicamente activa de un país cuyas capacidades y edades son las adecuadas para motorizar la actividad económica.

Una revisión del comportamiento de estas variables en Venezuela para los últimos años muestra fuertes signos de declinación de la actividad económica y de la generación de riqueza para la población. El valor de los bienes y servicios producidos por nacionales y extranjeros en el país se ha venido reduciendo consistentemente desde el año 1977, fecha tope en la cual se alcanza el mayor crecimiento. Se han producido espasmódicos intentos de recuperación en los años 1987 y 1993, pero

igualmente han sido sucedidos por nuevas y significativas bajas (Conindustria, 2001).

De acuerdo con Iranzo et al., (1999) aún cuando la fuerza de trabajo experimentó un incremento significativo entre los años 1989 y 1999, por el orden del 49%, debido al crecimiento poblacional, a una mayor participación de la mujer dentro de la fuerza de trabajo y al ingreso de los jóvenes en edades más tempranas, la verdadera motivación ha sido la búsqueda de mayores ingresos para el grupo familiar, dado que el salario real ha sucumbido significativamente desde los años 80, mostrando una reducción por el orden del 70%.

Esta realidad de crecimiento no necesariamente se ubica en el sector formal de la economía y en el caso del empleo femenino, este se concentra en labores de comercio y servicios que son en definitiva los menos remunerados. Tampoco la tasa de desocupación favorece a la porción femenina de la fuerza laboral donde para 1999 alcanzaba la cifra de 18.9% frente a la de los hombres que friso el 13.6% (Iranzo et al., 1999). En la actualidad, esta diferencia alcanza niveles significativos, para el primer trimestre del año 2007 la cifra de desocupación de las mujeres oscila en el 50% frente a la de los hombres que representa el 20.5% (Instituto Nacional de Estadísticas INE, 2007).

Adicionalmente, se considera que el aumento de la incapacidad del sector formal de poder absorber la demanda de empleo ha degenerado en una variedad de formas de contratación que apuntan a reducir los costos laborales en detrimento de los beneficios que deben cubrir las necesidades de los trabajadores, este hecho crea una marcada diferencia entre los trabajadores altamente protegidos y los desprotegidos dentro del mismo sector que bien puede semejarse a los observados entre los formales e informales.

2. El negocio de franquicia

En los últimos años se ha manejado en forma abrumadora este concepto, y viene acompañado de la penetración de negocios extranjeros en el acontecer nacional, asimismo muchas empresas venezolanas se han internacionalizado bajo este concepto. En el caso de la penetración de negocios extranjeros en el país, los más conocidos son los de comida rápida donde destacan: McDonald's, Burger King, Tropi Burger, Wendy's, Pizza Hut, entre otros. Sin embargo, no puede calificarse ésta como una forma de dominación o invasión extranjera.

La franquicia no es más que un "formato de expansión de la actividad empresarial en un mundo globalizado, donde las distancias se acortan con el advenimiento de la tecnología en áreas como las comunicaciones y el transporte" (Molero, 1999:23).

Según el autor, no solo se trata de negocio de comida, casi cualquier actividad productiva empresarial se puede expandir utilizando este formato. Para ello, es indispensable que el inversionista tome en consideración la cultura, condiciones y características de los diferentes países o regiones donde pretende operar. La adaptación o tropicalización es esencial para que un sistema de franquicia sea exitoso mundialmente.

En este orden de ideas, Palacios et al., (2000), afirman que sus inicios a nivel internacional datan de 1859 en los Estados Unidos cuando la empresa Singer Sewing Machine Company, dada su gran capacidad de producción, establece una red de distribuidores y vendedores de sus máquinas de coser que le pagaban al dueño por el derecho de distribuirlas en determinada región, dentro del esquema se introduce el adiestramiento de los vendedores en el manejo de los equipos. Es así como este revolucionario modelo se inicia.

En la actualidad, existen disímiles negocios extendidos a través de este sistema, tanto en el ámbito internacional como nacional. Negocios de lavandería, de cuidado de uñas y cabello, de tiendas por departamento, transporte, encomiendas, de cuidado de niños, ventas de artículos diversos, y cualquier emprendimiento que, una vez comprobado su éxito, se extiende muy rápidamente con el empuje, inversión y trabajo de otras personas que no guardan relación alguna con el dueño o los dueños del negocio original.

Sin duda alguna, el negocio de franquicias se presenta como una oportunidad para todos, ya que el modelo no discrimina en cuanto a quien deseé afiliarse al sistema, eso sí, se establecen una serie de requisitos que están más ligados al carácter emprendedor del solicitante de la franquicia, dado que su éxito depende en gran medida de la capacidad de empuje del iniciado.

A este respecto, Palacios et al. (2000), afirman que existen ingredientes adicionales asociados al sistema que redundan en beneficios para el colectivo, como es el énfasis en la productividad, mantenimiento de estándares, competitividad y el concepto modernista que acompaña a la propuesta. Todos estos valores pueden ser transmutados a los participantes, que a su vez lo integraran dentro de su entorno familiar logrando fortalecer las iniciativas hacia la superación de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida en general.

En líneas generales, existe una consideración importante en cuanto a la capacidad de formalización de las actividades comerciales ya que el concepto, basado en principios, valores y apegado a la ley garantiza el cumplimiento de las exigencias tributarias y el cumplimiento de los beneficios contractuales para con sus empleados, lo que al final incide en los índices de empleo y disminu-

ción de la actividad económica informal en la medida que se extienda a lo largo y ancho del territorio nacional.

2.1. El sistema de franquicias

Existen tres conceptos básicos que deben conocerse antes de iniciar cualquier tratamiento del tema: Franquicia, Franquiciado y Franquiciante. Como lo expresan Palacios et al. (2000), la franquicia se define como un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios bajo condiciones específicas, según el cual, una persona natural o jurídica, denominada franquiciante concede a otra persona de igual naturaleza, denominada franquiciado, por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial, transmitiéndole la filosofía y el conocimiento técnico necesario que le permita comercializar determinados bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos uniformes.

También puede definirse como una forma de expansión de negocios sólidamente constituidos donde el propietario cede a través de un contrato los derechos de uso de la marca y los manuales de funcionamiento del negocio a cambio de lo cual recibe un pago inicial y regalías a futuro, siempre y cuando se cumplan los estatutos acordados en el contrato, respetando los estándares establecidos por el propietario original del negocio (Molero, 1999).

Se complementa con lo expresado por Diez y Galán (1998) citado por Palacios et al., (2000), la franquicia es un sistema de cooperación entre empresas diferentes, pero ligadas por un contrato, en virtud de la cual una de ellas (la franquiciante) otorga a otra u otras, denominadas franquiciadas, a cambio de una contraprestación (pagos), el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial ma-

terializada en unos signos distintivos, asegurándose al mismo tiempo la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación.

Resulta asimismo interesante, la Figura 1 donde se muestra lo expuesto en los conceptos anteriores. Todo negocio tradicional económicamente exitoso, de bienes o servicios, puede ver ampliada su capacidad, y por ende su rentabilidad que es el fin en sí mismo, a través del financiamiento parcial de entes externos, constituyéndose en un negocio de franquicia, que estén dispuestos a afrontar con entusiasmo y mínimo riesgo la operación de su similar en una ubicación distinta manteniendo los estándares alcanzados por el originario, con una inversión inicial y pagos posteriores de regalías, a través de un contrato donde se especifican las condiciones, márgenes y asistencia técnica requerida.

2.2. Tipos de franquicias

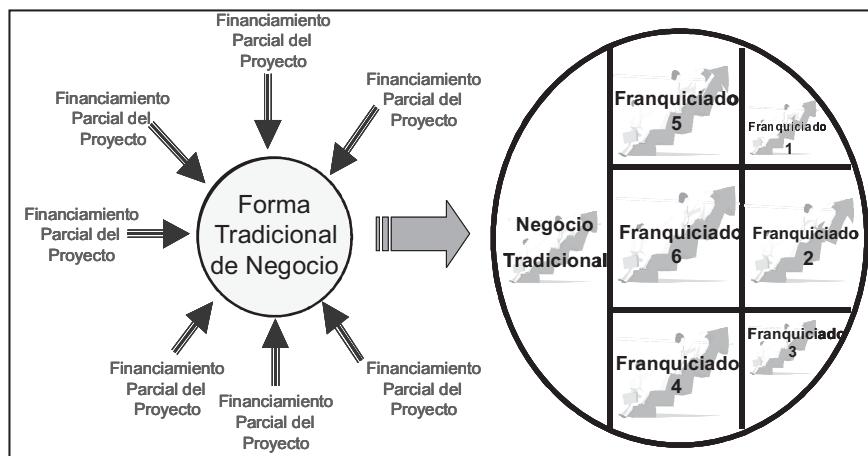
Establecidos en cierta forma los orígenes del formato, es de suponer que existan variaciones o diversidad dentro del concepto en función de las características de los negocios sobre el cual se aplique la estrategia de expansión, esto conduce a definir los tipos de franquicias según Palacios et al. (2000).

Según el sector de actividad:

Franquicia de Producción: en este caso el franquiciante es propietario de la marca y fábrica los productos que comercializan sus franquiciados. Ejemplo: Tiendas de pinturas.

Franquicia de Servicios: el franquiciante suministra una fórmula original, eficiente y diferente a la del resto de las empresas del ramo, garantizando la satisfacción del cliente a través del conocimiento y experiencia previamente confirmada.

Figura 1. Representación del concepto de franquicia



Fuente: Elaboración propia

Franquicia Industrial: también conocida como de Formato de Negocio, se caracteriza porque los nuevos establecimientos son réplicas del original, igualmente la marca y los procedimientos de operación y administración se trasladan al franquiciado a través de un contrato donde se ceden los derechos de fabricación, tecnología y comercialización. En este tipo se enmarca la mayoría de los negocios de comida rápida.

Franquicia de Distribución: tal y como lo expresa el nombre, el franquiciado acomete la tarea de venta al mayor o detal de la mercancía o productos ofrecidos por el franquiciante, éste no los fabrica sino que constituye una red donde el margen de venta definirá si el original es mayorista y el franquiciado minorista o se escala a una posición de mayor volumen de venta. Por lo general, el contrato no establece un pago de regalías pero se adquiere la obligación de comprar solo al franquiciante.

Ejemplo: algunas franquicias de Chicha, donde el franquiciante obliga al franquiciado a adquirir la totalidad de los insumos para que posteriormente este último elabore y expenda el producto al consumidor final. Igualmente, pero en otra área de comercialización se puede citar a las tiendas por departamentos, donde los franquiciados solo pueden vender en sus establecimientos los productos y marcas distribuidos por el franquiciante.

Franquicia de Conversión: consiste en sumar al sistema aquellos negocios independientes del mismo ramo, con esto se logran mayores beneficios ya que el franquiciado cuenta con experiencia y participación en el área pudiendo asimilar rápidamente los nuevos procedimientos y generar utilidad en el muy corto plazo. Un ejemplo de este tipo es el logrado con las empresas inmobiliarias que se han sumado al concepto de franquicia.

Según el grado y nivel de integración de la red:

Franquicia Asociativa: según el grado y nivel de integración a la red se tiene en este caso un aporte compartido en el financiamiento bien por parte del franquiciado en el negocio original, o del franquiciante en el nuevo negocio. El primer caso sucede cuando el negocio original se cotiza en la bolsa de valores y los franquiciados tienen acceso a la compra de acciones. Un ejemplo de este tipo lo representan los restaurantes Wendy's, donde la casa matriz por lo general se reserva el 51% de la inversión inicial.

Franquicia Financiera: consiste en asociar a más de un ente al momento de contratar un negocio de franquicia donde al menos uno de ellos no interviene en la operación del nuevo negocio, sin embargo aporta parte del capital inicial para su desarrollo. Este tipo de franquicia no tiene gran acogida entre los emprendedores venezolanos.

Franquicia Activa: es uno de los más populares en el país, y se caracteriza porque el franquiciado hace la totalidad de la inversión inicial y opera directamente el negocio.

Franquicia Integrada: en este caso el fabricante distribuye en forma exclusiva los productos a través de la red de franquicias.

Según la forma de expansión geográfica:

Franquicia Unitaria: el contrato establece que se opera en un solo establecimiento por franquiciante, y en caso que este deseé establecer uno nuevo, deberá cancelar la totalidad de inversión inicial sin ningún tipo de consideración económica por estar ya asociado al sistema.

Franquicia de Área: es el acuerdo entre las partes en el cual se entrega la explotación de un área específica y el franquiciado puede aperturar un número determinado de establecimientos en un tiempo establecido.

Franquicia Maestra Regional: es la forma de internacionalizar los negocios y en este se entrega la explotación de una región o país completo y la posibilidad de franquiciar con emprendedores locales asumiendo la totalidad de los riesgos asociados a la región o país.

La conjunción del sistema de franquicias con el objeto de la investigación queda sustentada en la modalidad de franquicia por conversión, ya que, en el mismo se sugiere la integración de varios emprendedores que han explotado el negocio con cierto éxito lo que redunda en beneficios para las partes, logrando reducir los tiempos de recuperación de la inversión dando una nueva imagen, soporte técnico y publicidad a los negocios convertidos al sistema, así como aprovechando la economía de escala.

3. La Venta del Conocimiento (Know How)

Una de las ventajas de franquiciarse consiste en la posibilidad de iniciar una nueva actividad sin la necesidad de poseer experiencia previa y que además se logre el éxito del emprendimiento. En gran medida, el secreto radica en la posibilidad de conocer los secretos del negocio a través de la firma del contrato de franquicia, esta ventaja competitiva y de bajo riesgo se logra con la adquisición de los conocimientos técnicos involucrados en la actividad, la forma adecuada de administrar al personal que participa y de sólidas y comprobadas estrategias gerenciales de forma que la rentabilidad del negocio se mantenga a lo largo del tiempo.

Esta experiencia o know how, que Palacios et al. (2000), la condensan en conocimientos técnicos, gerenciales y de manejo de personal, quedan plasmados en los diferentes

manuales que el franquiciante debe ceder al franquiciado una vez se convenga a tal fin a través de la firma del contrato.

En cuanto a los manuales necesarios para franquiciar una actividad varían en tipo y cantidad en función de las características del negocio, adicionalmente existen dos grupos, los que corresponden al franquiciado y los manuales del franquiciante, sin embargo, según Zaragoza et al. (1997), los más comunes y aplicables a casi la totalidad de los formatos son: manual de operaciones, manual de capacitación y entrenamiento, manual de control de calidad, manual publicitario, manual para la selección de lugar para instalar la unidad, manual para desarrollar la Estrategia de Mercadotecnia, manual de soporte de campo y el manual de control de calidad.

En este orden de ideas, la importancia de cada uno está en función del negocio, sin embargo desde el punto de vista del franquiciante, el principal es el de operaciones. Este manual contiene en detalle los procedimientos y materiales requeridos para lograr el éxito de la franquicia. Contiene paso a paso los detalles técnicos del producto o servicio, el establecimiento de los precios, la calidad, la imagen de la franquicia.

De igual forma, se ubican en este los aspectos organizacionales, descripciones de puestos y responsabilidades individuales, organigrama, el procedimiento de apertura y cierre de caja y de tienda o local, el cronograma de mantenimiento tanto del local como de los equipos, entre otros. También se ubican en este manual lo relacionado con las ventas y pagos de impuestos, el manejo de inventarios y los detalles precisos del mantenimiento en su conjunto.

No obstante, otro manual de suma importancia es el de entrenamiento, si bien contiene algunos aspectos que están ya descritos

en el manual de operaciones, el manejo es diferente. En este caso, la información se aborda desde el punto de vista del adiestramiento al personal en la correcta ejecución de los procedimientos. Se tocan los tópicos de la operación, contabilidad, administración, planes arquitectónicos y especificaciones, criterios para la selección del punto de venta, control de inventario y compras, publicidad y promoción de ventas, aspectos legales, de seguros y la manipulación de los equipos así como su mantenimiento. Regularmente el manual de entrenamiento está íntimamente ligado a un programa de entrenamiento, esta responsabilidad recae sobre el franquiciado, ya entrenado, quien debe en lo sucesivo encargarse de adiestrar a su personal basando sus estrategias en el manual.

Respecto al control de la calidad, es un aspecto que dado su importancia requiere de un manual donde se considera la importancia del mantenimiento de los estándares tanto de calidad del producto como del servicio, así también, la presentación y apariencia física del local. En él están contenidos los objetivos más altos del ramo en el cual se desarrolla el negocio y se hace un estricto seguimiento para lograr equiparar y sobreponer a la competencia. Todos los manuales son revisados y adaptados a los constantes cambios, se menciona igualmente sobre la adecuación en aquellos casos donde la franquicia provenga de otro país.

4. Reversión de la actividad económica informal

La reversión de la actividad económica informal se entiende como la acción de transformar una actividad económica caracterizada por la informalidad de forma que permita el cumplimiento de las cargas impositivas establecidas para esa actividad, logrando igual-

mente hacer el registro de los individuos involucrados en el sistema de seguridad social existente e iniciar el pago de cotizaciones según aplique (Rosales, 2003; Rosenberg, 2002).

Las diferentes fuentes consultadas sobre el tema del desempleo y la ocupación informal señalan que existe una creciente incidencia de estos fenómenos que va más allá de las fronteras venezolanas para ubicarse en todo el continente latinoamericano, sus niveles varían en función de la dinámica de las economías de los diferentes países, sin embargo, lo que aparece como factor común es su tendencia al aumento (Rosales, 2003).

El mismo autor, afirma que una leve revisión de datos de informalidad en países como: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Panamá, Paraguay y Venezuela, arrojan los siguientes resultados: Para el año de 1997 el promedio de ocupación informal para la base establecida de naciones latinoamericanas era de 54,83%, que variaban desde un 41,6% hasta un 67,9%. En el periodo comprendido entre 1995 y 1998, de los doce países mencionados, cinco mostraron cifras de disminución y en los otros siete los porcentajes se incrementaron; lo mas relevante en este periodo es que los puntos porcentuales totales de mejora, es decir, la disminución de la actividad informal urbana, fue solo de 7,6% entre los cinco, mientras que el incremento para los siete restantes fue de 39,8%, lo que muestra la realidad latinoamericana.

En el caso específico de Venezuela, se presenta una alta tasa de desocupación e informalidad, que representa más de la mitad de la población económicamente activa, esta realidad por si misma justifica cualquier esfuerzo investigativo que apunte hacia un planteamiento concreto en pro de su disminución o

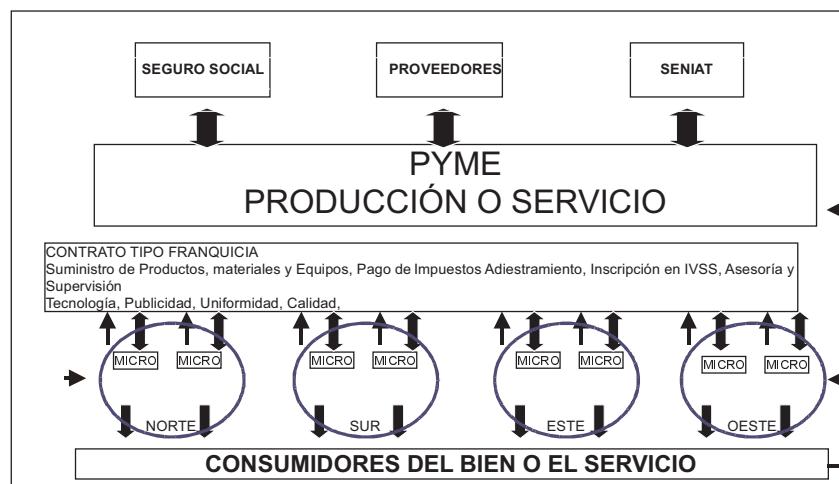
atenuación, justificado por la incidencia en el ámbito social y económico.

En este sentido, el modelo de Franquicia que se plantea en la investigación, es un formato de negocios orientado a la comercialización de bienes y servicios donde una parte, propietaria originaria, concede a un segundo los derechos de explotación de una marca o nombre, resguardando las condiciones específicas del producto o servicio por un tiempo definido (Palacios et al., 2000). También puede definirse como un sistema de expansión de una actividad económica de producción de bienes o servicios de comprobada rentabilidad, en locaciones distintas a la ubicación originaria, a través de concesiones contractuales (Zaragoza et al., 1997).

La finalidad que se persigue, con el establecimiento de un modelo de reconversión de la actividad económica informal, es plantear una nueva forma de atención a los problemas que involucran variables macroeconómicas, que va más allá de las soluciones tradicionales y en cuya estructuración se conjugan, de forma creativa, una serie de conceptos prácticos y sencillos, de fácil aprehensión con lo cual se pretende la operacionalización del modelo tal como se aprecia en la Figura 2.

En este sentido, partiendo de la base de una población consumidora de bienes o servicios, los clientes, que están siendo atendidos en sus requerimientos por trabajadores de la economía informal, se plantea la constitución de una PYME de igual especialidad a la actividad informal a la que se hace referencia, y a través de la cual se establecerá la absorción de los trabajadores informales quienes se convierten en microempresarios, de esta forma, y con la firma de un contrato tipo franquicia con la PYME, pueden obtener los equipos, insumos, adiestramiento, asesoría, la inscripción en el Instituto Venezolano del Seguro Social

Figura 2. Modelo de reconversión de la actividad económica informal



Fuente: Elaboración propia.

(IVSS) y la cancelación de los respectivos impuestos al Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), entre otros. Convirtiéndose en la cadena de comercialización o de prestación del servicio de la pequeña y mediana empresa.

Esta estrategia permite aprovechar las ventajas de la economía de escala para obtener precios más competitivos en la adquisición de insumos, partes y equipos, pudiendo disminuir sus costos y mejorar los precios de venta hacia su cadena de clientes. Por otro lado, la relación directa PYME – Microempresario permite minimizar los trámites con las instituciones respectivas,

En la estrategia que se alude, se agrupa a los microempresarios por sectores (norte, sur, este y oeste) y se incluye en la campaña publicitaria de forma que el público en general se sienta atendido cerca de su lugar de requerimiento. Dentro de los costos de la franquicia a ser adquirida por el microempresario, se incluyen todos los equipos, uniformes, utensi-

lios, consumibles, producto para un periodo de operación, gastos de transporte, gastos de apertura, publicidad y adiestramiento.

El gasto de constitución de la PYME corre por cuenta del inversionista privado, así también, la adquisición de maquinaria, equipos, elaboración de manuales y cualquier costo adicional asociado a la pequeña y mediana empresa.

El proceso de adquisición de materia prima es una actividad asociada a la PYME. En este caso, la estrategia consiste en negociar volúmenes considerables de insumos directamente con los fabricantes o en su defecto con la cadena de distribución al mayor, asegurando la entrega directa en la fábrica y haciendo uso del financiamiento comercial.

Sin duda, los detalles de operación están en función del tipo de actividad a ser reconvertida, de allí que la PYME debe tener tiempo en la actividad o que sus accionistas, de preferencia profesionales universitarios en las áreas de administración, economía, ingeniería, o carre-

ra afín con comprobada experiencia en la administración de empresas, que hayan laborado en la actividad mencionada, producción de bienes o de prestación de servicio.

Vale destacar que las cuatro funciones principales dentro de la estructura organizacional de la PYME, son: Operaciones, Administración, Recursos Humanos y Mantenimiento. Su vigencia y actuación estará en función de la planificación establecida para la inclusión de los microempresarios dentro del formato, lo cual establecerá su crecimiento.

Los requerimientos de personal, determinación de la base de recursos y el estudio de costos, financiamiento y factibilidad, se establecerán en función de la actividad y volumen estimado de comercialización. Estos aspectos están relacionados con la implantación y puesta en funcionamiento del modelo, lo cual escapa al nivel de la presente investigación y queda como punto de partida para futuros trabajos.

5. Reflexiones finales

El desarrollo de la investigación, permitió establecer en forma bibliográfica, un modelo de reconversión de la actividad económica informal. Para lo cual, se plantea la conformación de una PYME con fortalezas financiera y operacional, así también, con altos niveles de racionalidad, cuya actividad principal este siendo ejecutada por otros individuos de manera informal; de esta forma se estructura una estrategia de crecimiento en función de la absorción de los ejecutores informales quienes, a través del financiamiento público o privado, concretan la conformación de una microempresa y la firma de un contrato tipo

franquicia con la PYME donde, además de las consideraciones comerciales, se incluye la estrategia de pago de impuestos y la inscripción del asociado (franquiciante) y su grupo familiar al IVSS.

En el mismo orden de ideas, se establecen los planes de adiestramiento para tecnificar la actividad del microempresario de forma de incrementar su productividad y competitividad, lo cual le permitirá la permanencia en el tiempo de su negocio.

Se pudo evidenciar, asimismo, que el modelo de franquicia, como formato de expansión de negocios, puede ser abordado como un negocio que permita reconvertir la actividad económica informal en una actividad organizada formalmente, a través de la agrupación de pequeños franquiciantes de un ramo económico en particular. En este sentido sería interesante determinar la percepción de los individuos que laboran en actividades informales, con respecto a la constitución de microempresas y al hecho de asociarse a una de mayor tamaño a través de un contrato tipo franquicia.

En este orden de ideas, también se debe estudiar la posibilidad de que las autoridades gubernamentales que administran los programas de financiamiento en apoyo de las PYMES y microempresas, así como el capital privado, consideren la inclusión de inversiones tendientes a disminuir la actividad económica informal, dentro de sus políticas crediticias. De manera, que se pueda promover, a través de las organizaciones, la aprobación de leyes y su acatamiento, en función de mejorar el apoyo gubernamental en materia tributaria a favor del sector de las PYMES y las microempresas y se haga atractiva la inversión para el sector privado.

Bibliografía citada

- CONINDUSTRIA (2001). **Situación de la Industria.** Presentación ante la LII Anual de Fedecámaras. En: http://www.conindustria.org/CONINCEEL/Presentaciones/Situaci%C3%B3n_elaindustria-FEDECAMARAS.pdf (Consultado 16 - 12 - 2004)
- CONINDUSTRIA (2003). **El Cercro a la Generación de Empleo Productivo.** En: <http://www.conindustria.org/CONINCEEL/Presentaciones/presentacion-cerco-junio.pdf> (Consultado 16-12- 2004).
- CONINDUSTRIA. (2004). **Boletín de Coyuntura Económica e Industrial.** En: <http://www.conindustria.org/CONINCEEL/Boletines/BoletinFeb04.pdf> (Consultado 16 - 12 - 2004)
- Freije, Samuel (2002). **El empleo Informal en América Latina y el Caribe: Causas, Consecuencias y Recomendaciones de Política.** En: <http://www.iabd.org/sds/doc/EmpInformal.pdf> (Consultado 16-04- 2005)
- Huerta, José. (2004). **El Desempleo en Venezuela.** En: <http://www.mipagina.cantv.net/jbhuerta/desempleo.htm> (Consultado 10-04- 2005)
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2007). **Encuesta de Hogares por Muestreo,** “**Indicadores de la Fuerza de Trabajo**” En: http://www.ine.gov.ve/fuerza_de_trabajo (Consultado 15 – 05- 2007)
- Iranzo Consuelo, Richter Jacqueline y Patruyo Thanali (1999). **Reestructuración Economía y Mercado de Trabajo en Venezuela.** En: <http://www.clacso.org/www.clacso/esp%C3%A1nol/html/libros/trabajo2/0.pdf> (Consultado 22-04- 2005).
- Molero, María (1999). **Desarrollo del Sistema de Franquicias como Alternativa de Comercialización de Productos y Servicios en el Mercado Venezolano.** Universidad del Zulia. Venezuela.
- Palacios, Luís; Arredondo, Jorge; Di Egidio, Dante; Sigala, Rolando (2000). **“Franquicias en Venezuela. Una Escuela de Emprendedores”.** Universidad Católica Andrés Bello, Profranquicias y Revista Inversiones. Venezuela.
- Rosales, Lucía (2003). **Reseña sobre la Economía Informal y su Organización en América Latina.** En: http://www.global-labour.org/la_economia_informal.htm (Consultado 16-04-2005).
- Rosenberg, Jerry (2002). **Diccionario de Administración y Finanzas.** España. Océano Grupo Editorial.
- Zaragoza, Juan; Vivalta, Alejandra; Cárdenas, Donato (1997). **Desarrollo del Sistema de Franquicias.** México. McGraw Hill.