

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: COMUNICACIONES CORPORATIVAS

TRABAJO FINAL DE CONCENTRACIÓN

**CRISIS ECONÓMICA DE VENEZUELA Y SUS EFECTOS
EN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS QUE OPERA EN EL
PAÍS**

TESISTAS:

Hernández Virahonda, Kevin Alejandro

García Mayo, Manuel Alejandro

TUTOR:

Ascanio, Rafi

Caracas, 2019

INDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁG.
Agradecimientos	9
Dedicatorias	10
Resumen	12
<i>Abstract</i>	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1 Planteamiento del problema	16
1.2 Objetivos de la investigación	19
1.2.1 Objetivo General	19
1.2.2 Objetivos Específicos	19
1.3 Justificación	20
1.4 Delimitación	22
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	23
2.1 Sistema económico de Venezuela (2015 – 2019)	23
2.2 Sistema de franquicias en Venezuela	25
2.3 Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias)	27
CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO	29
3.1 Antecedentes de la investigación	29
3.2 Origen de las franquicias	31
3.3 Definición de franquicias	33
3.4 Elementos esenciales en la relación de franquicia	33
3.4.1 El franquiciante o franquiciador	33
3.4.2 El franquiciado o franquiciatario	34
3.5 Tipos de franquicias	35
3.5.1 Primera categoría	35
3.5.2 Segunda categoría	36
3.5.3 Tercera categoría	36
3.5.4 Cuarta categoría	37
3.6 Ventajas e inconvenientes de las franquicias	39
3.6.1 Ventajas del franquiciante	41

3.6.2 Inconvenientes para el franquiciante	42
3.6.3 Ventajas del franquiciado	42
3.6.4 Inconvenientes para el franquiciado	44
3.7 Aspectos legales de las franquicias	45
3.8 Factores operativos de la franquicia	47
3.8.1 La marca	47
3.8.2 La notoriedad	47
3.8.3 La propiedad legal	48
3.8.4 La imagen	49
3.8.2 El producto o servicio	49
3.8.3 El <i>Know-How</i> o <i>Savior-faire</i>	50
3.8.4 Exclusividad Territorial	51
3.8.5 El contrato de franquicias	52
3.9 El sistema económico	53
3.9.1 Ciclos económicos	54
3.10 Crisis económica: Causas y consecuencias	55
3.11 Comportamiento del consumidor	57
3.11.1 Tendencias actuales en el comportamiento del consumidor	57
3.11.2 Tipos de decisiones de compra del consumidor	58
3.11.3 El proceso de compra	59
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO	60
4.1 Modalidad de la investigación	60
4.2 Tipo de investigación	61
4.3 Definición de variables	62
4.4 Operacionalización de variables	63
4.5 Población, Unidad de análisis, Muestra	66
4.5.1 Población	66
4.5.2 Unidad de análisis	66
4.5.3 Muestra	67
4.6 Técnicas de recolección de datos	68
4.6.1 Entrevista	68
4.6.2 Cuestionario	68

4.7 Confiabilidad del instrumento	69
4.8 Validación del instrumento	70
4.9 Procedimiento	71
CAPÍTULO V. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	72
5.1 Modelo de matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° I	72
5.2 Interpretación de los resultados a partir de la matriz descriptora de datos, del instrumento N° I	73
5.3 Modelo de matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II	113
5.4 Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II	114
5.5 Interpretación de los resultados a partir de la matriz descriptora de datos, del instrumento N° II	137
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	145
6.1 Conclusiones	145
6.2 Recomendaciones	155
Referencias Bibliográficas	158
Anexos	163

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICOS	PÁG.
Gráfico N°1: Representación gráfica del modelo keynesiano	54
Gráfico N°2: ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela?	74
Gráfico N°3: ¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?	75
Gráfico N°4: Justifique su respuesta anterior	80
Gráfico N°5: ¿Cómo impacta el desempeño económico de la nación al sistema de franquicia?	81
Gráfico N°6: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?	83
Gráfico N°7: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicias durante los últimos 5 años?	84
Gráfico N°8: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?	86
Gráfico N°9: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?	90
Gráfico N°10: Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿de qué manera los franquiciados cree que están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela?	91
Gráfico N°11: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?	92
Gráfico N°12: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?	96
Gráfico N°13: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?	97
Gráfico N°14: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicia producto de regulaciones legales?	101

Gráfico N°15: Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?	105
Gráfico N°16: ¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?	109
Gráfico N°17: ¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?	110
Gráfico N°18: ¿Cuál será, a su parecer, el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años?	111
Gráfico N°19: ¿Qué futuro le pronostica al sistema de franquicias en Venezuela?	112
Gráfico N° 20: ¿Qué futuro le pronostica a la franquicia que usted gerencia en Venezuela?	113

LISTA DE TABLAS

TABLAS	PÁG.
Tabla N°1 Tipos de franquicias	37
Tabla N°2 Ventajas e inconvenientes de las franquicias	43
Tabla N°3 Operacionalización de variables	62
Tabla N°4 Operacionalización de variables	63
Tabla N°5 Operacionalización de variables	64
Tabla N°6: Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N°1.	73
Tabla N°7: ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela?	74
Tabla N°8: ¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?	75
Tabla N°9: Justifique su respuesta anterior	76
Tabla N°10: ¿Cómo impacta el desempeño económico de la nación al sistema de franquicia?	81
Tabla N°11: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?	82
Tabla N°12: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?	84
Tabla N°13: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?	85
Tabla N°14: Argumente su respuesta anterior	87
Tabla N°15: Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿de qué manera los franquiciados cree que están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela?	91

Tabla N°16: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?	92
Tabla N°17: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?	93
Tabla N°18: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?	97
Tabla N°19: Justifique su respuesta anterior	98
Tabla N°20: Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?	102
Tabla N°21: ¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?	106
Tabla N°22: ¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?	109
Tabla N°23: ¿Cuál será, a su parecer, el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años?	111
Tabla N°24: ¿Qué futuro le pronostica al sistema de franquicias en Venezuela?	112
Tabla N°25: ¿Qué futuro le pronostica a la franquicia que usted gerencia en Venezuela?	113
Tabla N°26: Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II	114
Tabla N°27: Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II	115

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos principalmente a Dios por esta oportunidad y todas las que vendrán en el futuro.

A nuestros padres por el apoyo incondicional en cada una de las etapas de nuestra vida.

A la profesora Rafi Ascanio por su tutoría realizada en el desarrollo de este trabajo de investigación.

A la Universidad Católica Andrés Bello por abrirnos sus puertas para formarnos profesionalmente.

A nuestros profesores por todas las enseñanzas impartidas a lo largo de nuestra formación universitaria.

Y a todas las personas que en su momento influyeron en la culminación de esta tesis.

Muchas gracias.

DEDICATORIA

Dedico todo mi esfuerzo al forjador de mi camino, a mi padre celestial, al guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar. Mi creador, quien me enseñó a encarar las adversidades sin perder nunca la fe y la esperanza de creer que el propósito que preparó para mí, nada ni nadie lo va a detener. Se cumplirá bajo su única voluntad.

Dedico este proyecto a mi familia, en especial a mis padres, María Teresa Virahonda Fonte y Julio Cesar Hernández Meléndez y a mi abuela, Olga Isabel Fonte, quienes han sido pilar fundamental en el desarrollo de mi carrera y en el camino de mi vida, brindándome el apoyo y amor en cada momento. Estuvieron a mi lado apoyándome en mis decisiones e incentivándome a cumplir mis metas por más difíciles que fuesen. Sin ellos no sería la persona que soy.

Kevin Alejandro Hernández Virahonda

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi familia, en especial a mis padres, Rosa Mayo Diz y Carlos José García Rodríguez, quienes me han dado su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera y mi vida. Por otro lado, dedico este proyecto a mi hermana mayor Laura Cristina García Mayo por ser un ejemplo y motivación a lograr lo que me propongo. Sin ellos no sería la persona que soy.

Manuel Alejandro García Mayo

RESUMEN

El sistema económico de Venezuela acumula cinco años ininterrumpidos de contracción económica por experimentar niveles altos de endeudamiento, inflación, escasez de productos básicos y materia prima. En su momento, el sector franquicia fue el de mayor crecimiento en Venezuela, siendo igualado con negocios como el bancario, el de hidrocarburos y el de las telecomunicaciones, razón por la que los investigadores establecieron el siguiente objetivo general: “Analizar las causas de la crisis económica en Venezuela y sus efectos en el sistema de franquicias del país durante los últimos cinco años (2015-2019)”. Como sustento del objetivo general, se enunciaron tres objetivos específicos: Identificar las causas que detonaron la crisis económica en Venezuela durante el período analizado; Identificar los efectos comerciales en el sistema de franquicias del país en términos de cierre de operaciones de algunas marcas; Conocer las opciones de los franquiciados para enfrentar los retos que impone la necesidad de reinventarse en tiempos difíciles. Esta investigación se enmarca dentro del alcance descriptivo, ya que permite precisar las dimensiones de un fenómeno, contexto o situación. Las conclusiones se basan en los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados, cuestionario y entrevista, cumpliendo con los objetivos establecidos. Los investigadores señalaron como una de sus conclusiones que el 89,29% de las unidades franquiciadas consideraron que el sistema de franquicias se ha visto afectado negativamente por el desempeño económico de la nación. A su vez, indicaron lo incierto que será el futuro del sector franquicia dada la reducción del volumen de operación, el limitado sostenimiento de capitales y de las fuerzas de trabajo. Con base en ello, se recomienda al franquiciante otorgar al franquiciado un informe previo a la celebración del contrato sobre la data de franquicias, las obligaciones y las dificultades a la que estaría sometido. El potencial franquiciado debe tener un lapso de tiempo para analizarlo y aclarar dudas antes de invertir en Venezuela.

Palabras clave: Crisis económica, impacto, sistema de franquicias, sector franquicia, el franquiciante y el franquiciado.

ABSTRACT

Venezuela's economic system has accumulated five uninterrupted years of economic contraction due to high levels of indebtedness, inflation, scarcity of basic products and raw materials. At the time, the franchise sector was the fastest growing in Venezuela, being equated with businesses such as banking, hydrocarbons and telecommunications, which is why researchers established the following general objective: "Analyze the causes of economic crisis in Venezuela and its effects on the country's franchise system during the last five years (2015-2019). " As support for the general objective, three specific objectives were stated: Identify the causes that triggered the economic crisis in Venezuela during the period analyzed; Identify the commercial effects in the franchise system of the country in terms of closing operations of some brands; Know the options of the franchisees to face the challenges imposed by the need to reinvent themselves in difficult times. This research is framed within the descriptive scope since it allows to specify the dimensions of a phenomenon, context or situation. The conclusions are based on the results obtained from the instruments applied, questionnaire and interview, fulfilling the established objectives. The researchers pointed out as one of their conclusions that 89.29% of the franchised units consider that the franchise system has been negatively affected by the economic performance of the nation. In turn, they indicate how uncertain the future of the franchise sector will be given the reduction in the volume of operation, the limited support of capital and labor forces. Based on this, the franchisor is recommended to grant the franchise a report prior to the conclusion of the contract on the franchise data, the obligations and the difficulties to which it would be subject. The potential franchisee must have a period of time to analyze it and clarify doubts before investing in Venezuela.

Keywords: Economic crisis, impact, franchise system, franchise sector, the franchisor and the franchisee.

INTRODUCCIÓN

Las historias de las franquicias son infinitas: McDonald's, Burger Kings, Starbucks, Kentucky Fried Chicken (KFC), General Motors, y Pizza Hut, son apenas algunos ejemplos. De acuerdo con el Estudio Canudas (2001), el sistema de franquicias pasó por un proceso evolutivo cuyas etapas considera el grado de profesionalismo y sistematización de los procesos.

Las etapas de esta evolución inician desde que el franquiciante licencia su marca al franquiciado y distribuye sus productos de manera exclusiva, hasta llegar a una generación donde el franquiciante transmite los lineamientos de toda su red, prestando servicios de asesoramiento y acompañando de cerca las operaciones de los franquiciados (Estudio Canudas, 2001).

El sistema de franquicias se basa en la relación comercial y jurídica entre el propietario de una marca (Franquiciante o franquiciador) y otra persona que quiera hacer uso de ella (Franquiciado o franquiciatario) en el sentido de trabajar bajo su mismo nombre comercial, símbolos publicitarios y/o todos los elementos afines a su modelo de negocio. Tal como el Estudio Canudas (2001) lo sostiene:

El sistema hace que el franquiciante ceda el derecho de utilizar su nombre comercial y la marca de sus productos y servicios, el *know-how*, los métodos técnicos y de negocio, el procedimiento y otros derechos de propiedad industrial e intelectual, apoyando al franquiciado con la prestación de asistencia comercial y técnica mientras dure el contrato de franquicia pactado. También puede distribuirle sus productos (p.6).

Hoy en día, este sistema está envuelto en un abanico de posibilidades comerciales, cuyos beneficiarios está compuesta por el empresario y/o la empresa que otorga los derechos a otros de explotar sus productos o servicios durante un periodo de tiempo determinado. Según Costanzo, Vilalta y Cárdenas (1997) el sistema de franquicias debe su apogeo principalmente a los progresos tecnológicos de los países, ya que al ser más eficientes los procesos, las empresas logran ventajas competitivas sólidas y adquieren estímulos para buscar la internacionalización.

Además, la implementación de una modalidad de franquicias depende de la actividad comercial de cada región. Costanzo et al. (1997) aseguran que los “factores tales como el PIB, las tasas inflacionarias, las diferencias de tipos de cambio y los índices de empleo afectan directamente el florecimiento de las franquicias en una región” (p.3).

El propósito de esta investigación es estudiar las distintas variables que componen un sistema de franquicias, y la forma en que la economía de Venezuela impacta sobre el sector de las franquicias locales. Es así como la investigación estará concebida por capítulos:

Capítulo I. Planteamiento del Problema: Se plantea el objetivo general, los objetivos específicos, justificación, interrogantes y alcance de la investigación.
Capítulo II. Marco Referencial: Nace de la revisión bibliográfica y de fuentes secundarias relacionadas al tema como el sistema económico de Venezuela durante el periodo en estudio y el sistema de franquicias en Venezuela.
Capítulo III. Marco Teórico: Aborda los antecedentes de la investigación.
Capítulo IV. Marco Metodológico: Se define el tipo de estudio y se seleccionan los instrumentos de recolección de datos.
Capítulo V., plantea el análisis e interpretación de los resultados.
Capítulo VI., se presentan las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El Problema

De acuerdo con Constanzo, Vilalta y Cárdenas (1997), una franquicia es un modelo de negocio que permite crear y expandir una marca disminuyendo riesgos, tanto técnicos como de mercadeo, en un periodo de tiempo menor que con un negocio convencional. Tal como lo sostiene Varela (2017): “La franquicia es un contrato de cooperación, ya que la asistencia e intercambio de información y experiencia entre las partes, se constituye en un elemento imprescindible para el éxito de la actividad” (Aquí Se Habla Derecho, tomado de la web <https://bit.ly/2Jz0SKh>, pr.5).

Según la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), la República Mexicana generó más de 1 millón de empleos en 2018 con un crecimiento anual de 12% en franquicias nacionales (Entrepreneur, obtenido de la web <https://bit.ly/2PYbEex>, 2018). En el caso venezolano, a mediados de junio de 2018, la Asociación Arcos Dorados C.A, anunció el cierre de al menos 7 locales de McDonald's ubicados en diferentes ciudades del país debido a rebajas obligadas de precios en productos y aumentos salariales declarados por el Ejecutivo Nacional (El Carabobeño, sacado de la web <https://bit.ly/2IpmUOM>, 2019)

Cabe destacar que Venezuela presenta la peor crisis económica de los últimos 25 años y que además cerró el año 2018 con una inflación de casi 1.700.000%, según cifras de la Comisión de Finanzas y Desarrollo Económico de la Asamblea Nacional (EFE, tomado de la web <https://bit.ly/2IPsBo9>, 2019). El cierre de industrias y establecimientos en Venezuela, en comparación con el constante crecimiento de este sistema de negocios en otras naciones de Latinoamérica, es una situación que direcciona conocer cómo la crisis económica ha afectado el sistema de franquicias en Venezuela en los últimos 5 años y cuáles son las dificultades que interrumpe el continuo proceso del sistema.

De acuerdo con Córdova, Rojas y De León (2002), la necesidad de una ley en materia mercantil suele ser consecuencia de la incompetencia del desarrollo normal de algún método dentro de un determinado sistema jurídico existente. Actualmente en Venezuela no existe una legislación específica que diferencie la actividad franquiciataria de otras actividades comerciales. Es decir, las franquicias operan como cualquier otro tipo de comercio por la inexistencia de normativas contenidas en leyes que regulen dicho modelo de negocio (Ilustre Colegio de Abogados de Caracas, tomado de la web <https://bit.ly/2W0pWke>).

Es por esto que el sector franquicia se adhiere a los mismos controles y reformas instauradas por el Ejecutivo Nacional, sin tener en cuenta los procesos normativos que conforman y hacen viable el contrato de cooperación entre ambas partes. Dentro del sistema operativo de franquicias, la actualización de legislaciones y su adaptación es de vital importancia para su crecimiento y expansión. De acuerdo a lo señalado por Córdova et al. (2002):

Un buen marco jurídico de la franquicia debe partir de su definición; la franquicia no es un contrato, es todo un sistema comercial alimentado por todos los aspectos que implica aspectos financieros, mercadológicos y comerciales, todo ello arropado bajo el marco de una regulación contractual (pr.2).

Según señala la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias), el franquiciado debe presentar como primer requisito la cuota mínima del capital necesario para iniciar un negocio de franquicia. Es decir, una contraprestación que percibe el franquiciante, el cual fijará el precio regido directamente por la popularidad de la marca en el mercado (Profranquicias, sacado de la web <https://bit.ly/2JUgeJs>, 2019).

Por otro lado, el empresario que quiera implantar un negocio de franquicia en el extranjero debe disponer al menos de tres tiendas pilotos para demostrarle la rentabilidad de la franquicia al franquiciado (Entrepreneur, tomado de la web <https://bit.ly/2PYbEex>, 2018). No obstante, la rentabilidad del franquiciante no debería depender exclusivamente de la cuota inicial de entrada o de la venta inicial de la maquinaria al franquiciado. Es decir, el concepto de negocio tiene derecho de operar en un mercado en expansión y duradero, no basado en una demanda temporal o moda (Córdova et al., 2002).

Sin embargo, en el contexto venezolano, estos requerimientos apenas pueden ser alcanzados debido a las políticas restrictivas y a los embates de la hiperinflación; entre otras dificultades como la carencia de insumos y materias primas para mantenerse operando en el país. Además, el franquiciado tiene la obligación de hacerse cargo de los pagos y diseños de publicidades bajo estrictos parámetros y normativas de la marca comercial al que está suscrito (Revista Producto, obtenido de la web <https://bit.ly/2HgSDjn>, 2018).

Aunado a la incapacidad de encontrar y trabajar con proveedores estables en el tiempo, la dificultad de arrendar espacios y la escasez de divisas como consecuencia de la crisis económica, se crea un abanico de posibilidades y de toma de decisiones considerablemente limitada para este sistema (Revista Producto, <https://bit.ly/2HgSDjn>, 2018).

Todos los factores antes expuestos, conllevan a plantearse las siguientes interrogantes:

1. ¿De qué forma la crisis económica ha impactado sobre el sistema de franquicias en Venezuela en los últimos 5 años?
2. ¿Cuáles son las dificultades que enfrenta el sector franquicia producto de la crisis económica?
3. ¿Qué opciones tiene el sector franquicia para mantenerse en una economía que se somete constantemente a la hiperinflación y a la escasez de materia prima?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar las causas de la crisis económica en Venezuela y sus efectos en el sistema de franquicias del país durante los últimos cinco años (2015-2019).

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar las causas que detonaron la crisis económica en Venezuela durante el período analizado.
2. Identificar los efectos comerciales en el sistema de franquicias del país en términos de cierre de operaciones de algunas marcas.
3. Conocer las opciones de los franquiciados para enfrentar los retos que impone la necesidad de reinventarse en tiempos difíciles.

1.3 Justificación

La realización de la presente investigación pretende acercar al lector al conocimiento de las particulares formas de relación entre el sistema de franquicias y el sector empresarial que emplea un modelo de trabajo productivo, y cómo estos pueden impulsar la economía y la confianza necesaria para la implantación y uso de un sistema de franquicias en Venezuela.

Los aportes que pueda generar el presente estudio se encuentran en las opciones que tiene el empresariado para expandir su negocio utilizando un sistema de franquicias en el mercado venezolano, y antes que nada evaluar si está preparado para enfrentar los retos generados por la crisis económica que gobierna el país.

Es por ello que este estudio cumple con lo planteado por Berganza y Ruiz (2005), en lo concerniente a los siguientes criterios de justificación: Conveniencia, implicaciones prácticas y proyección social.

Una investigación responde a la conveniencia cuando se vincula con estudios contemporáneos que aborde cualquier aspecto de una situación propicia de ser estudiada (Berganza y Ruiz, 2005). Por esta razón, es conveniente conocer los elementos que determinan la implantación y la adquisición de franquicias en una nación a fin de adaptarlas al contexto actual.

Sin embargo, no hace falta más que profundizar en el análisis de este campo de estudio con el propósito de apreciar las acciones que está llevando a cabo el sistema de franquicias y así proponer posibles opciones para hacerle frente a la crisis económica actual para que las organizaciones o empresarios sepan de las oportunidades y del alcance en resultados que ofrece esta modalidad.

Según lo descrito por Berganza y Ruiz (2005), cuando un trabajo de investigación fija entre sus objetivos el desarrollo de “soluciones a problemas de las instituciones, actores sociales o individuales presentes en la sociedad” (p. 48), se habla del criterio de implicaciones prácticas, el cual mantiene gran relación con este estudio.

Es por ello que la investigación le permitirá al lector comprender y validar en forma práctica el sistema de franquicias, corregir errores antes de la implementación, y estudiar los casos de éxito y también los fracasos conocidos de las franquicias en Venezuela. En este sentido, el estudio responde también al criterio de proyección social, establecido por Berganza y Ruiz (2005), quienes aseveran que este postulado se manifiesta cuando los resultados de un trabajo de investigación pueden ser de interés para “una sociedad determinada, un grupo social o instituciones” (p. 47).

Además, esta investigación ofrece su indagación especialmente en el conocimiento teórico pertinente que lleva a establecer un análisis económico relacionado con el sistema de franquicias en Venezuela, y así poderla distinguir del sector comercial.

Todo lo explicado quiere decir que, en gran medida, este trabajo de investigación cuenta con los criterios necesarios para que su elaboración sea provechosa para la sociedad y sobre todo sirva de base para futuras investigaciones relacionadas al tema.

1.4 Delimitación

Este trabajo de investigación estará fundamentado en el análisis de la coyuntura económica que enfrenta el país y, con ello todo el sector comercial que opera en Venezuela, entre los que se cuenta al de las franquicias (nacionales o extranjeras) que de alguna manera han visto reducir sus operaciones con el cierre de algunas marcas. Para ello será necesario realizar entrevistas con representantes del gremio que agrupa a las franquicias localmente, con la finalidad de conocer con más detalles, la realidad del sector.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Sistema económico de Venezuela (2015 - 2019)

El sistema económico de Venezuela acumula cinco años ininterrumpidos de contracción económica por experimentar niveles altos de endeudamiento, inflación, escasez de productos básicos y de recesión. Dada la opacidad de las cifras oficiales y del retraso en su publicación, la Comisión de Finanzas de la Asamblea Nacional calculó un Índice de Precios del Consumidor (INPCAN) siguiendo las mismas líneas metodológicas del Banco Central de Venezuela (BCV), y los resultados arrojaron que Venezuela entró oficialmente en hiperinflación en noviembre de 2017 al registrar una inflación de 56,7% (Prodavinci, tomado de la web <https://bit.ly/2EsPJdT>, 2017).

Según Oliveros (2015) desde 2013 no surge el sistema de precios que hace posible la coordinación de las actividades económicas. El entorno legal y político fue el componente en el que el país resultó peor evaluado por el Índice Internacional de Derechos de Propiedad en 2018 (IPRI, por sus siglas en inglés) ante las restricciones legales y los constantes ataques contra la libertad económica, la libre empresa y la propiedad privada.

En su informe semestral sobre las previsiones de crecimiento de Latinoamérica y el Caribe, el Banco Mundial considera que Venezuela vive la peor crisis en la historia moderna de la región, al pronosticar que en 2019 el PIB se contraerá un 25% adicional, después de una caída del 17,7% en 2018 (Efecto Cocuyo, obtenido de la web <https://bit.ly/2VmHCmn>, 2019).

Esta institución multilateral estima que las condiciones socioeconómicas de Venezuela continúan deteriorándose rápidamente por la caída en el precio del petróleo, las políticas altamente distorsionadoras del Gobierno, un ajuste fiscal desordenado y una mala gestión económica (Efecto Cocuyo, sacado de la web <https://bit.ly/2VmHCmn>, 2019). Tal como lo señala Virtuoso (2015):

Las distorsiones que arrastran las políticas monetaria, fiscal y cambiaria, el alarmante declive que exhibe nuestra industria petrolera, a lo que se une ahora la caída sin parada de los precios internacionales del petróleo, generan un clima muy sensible de incertidumbre y desconfianza que ahuyenta las posibilidades de inversión de capitales nacionales y extranjeros (p.5).

En épocas de escasez, la caída en los precios petroleros develó un déficit fiscal y de cuenta corriente insostenible, lo que condujo a recortes en el gasto público y macro-devaluaciones. Ambas políticas produjeron fuertes caídas en los niveles de consumo: Decayó la producción nacional como consecuencia del recorte en el gasto público, y disminuyeron las importaciones a causa de los efectos de precios que sobre ellas produjo la devaluación.

Según el reporte publicado en 2017 por la Comisión de Valores de Estados Unidos (SEC), entre 2014 y 2016 las importaciones descendieron 71% - siendo materias primas e insumos para la producción local - y las exportaciones cayeron 69% (Prodavinci, tomado de la web <https://bit.ly/2EsPJaT>, 2017). Por su parte, la Asociación Venezolana de Exportadores (AVEX) reportó un aumento de 33% en las exportaciones no petroleras (hacia los principales 20 receptores de mercancía venezolana) en el primer semestre de 2017. Sin embargo, dado que las exportaciones no petroleras representan apenas 5% del total de exportaciones venezolanas, este aumento no logró compensar la caída del ingreso de divisas provenientes de las exportaciones petroleras (Finanzas Digital, sacado de la web <https://bit.ly/2WXKION>, 2018).

Así, la política económica venezolana ha servido como mecanismo no sólo transmisor, sino también amplificador, trasladando la volatilidad que exhiben los precios del petróleo a los niveles de consumo nacional. Venezuela se ha convertido en la economía más volátil de América Latina, lo que a su vez ha perjudicado aún más el proceso de formación de capital (Prodavinci, obtenido de la web <https://bit.ly/2EsPJaT>, 2017).

De acuerdo con Asdrúbal Oliveros, economista y director de la firma Ecoanalítica, a diferencia de los períodos de estancamiento, el origen de la recesión no se encuentra asociado a choques externos (generalmente petroleros), sino a la acumulación de desbalances internos. Tal como lo refiere Oliveros (2015):

Deben corregirse los desequilibrios fiscal, monetario y financiero a través de la racionalidad del gasto, el ajuste de múltiples tarifas de servicios públicos, el aumento del precio de diversos productos generados por el Estado, la eliminación del financiamiento del gasto público deficitario por el BCV, la limitación del endeudamiento gubernamental tanto interno como externo, la eliminación de los presupuestos paralelos y la implementación de un sistema eficaz y eficiente para controlar el manejo de los recursos públicos (p. 289).

La mejor política social de cualquier gobierno es crear un ambiente de negocios que promueva la inversión, la producción, y la generación de más empleos, redundando todo ello en más riquezas disponibles y una mejor calidad de vida. Iniciar un negocio en Venezuela en tiempos de recesión requiere planificación, organización y un análisis exhaustivo de la inversión requerida. Es conocido que emprender acarrea ciertos riesgos financieros y uno de los esquemas más exitosos y seguramente seguros es el sistema de franquicia (La Nación, tomado de la web <https://bit.ly/2W99e2e>, 2002).

Tampoco es un dato menor que, como desafío ante la crisis, algunas inversiones se presentan más problemáticas por su necesidad de compra de insumos o equipamiento en dólares, frente a la frenética caída del valor del Bolívar que actualmente se calcula en 0,00019 centavos de dólar la unidad (Prodavinci, tomado de la web <https://bit.ly/2EsPJJaT>, 2017).

2.2 Sistema de franquicias en Venezuela

Según Montilla y Perdomo (2004), de las franquicias existentes en Venezuela, cerca de 180 (aproximadamente 60%) pertenecen a marcas extranjeras, mientras que el 40% restante son nacionales. Cabe acotar que las franquicias nacionales decidieron adoptar en su momento un modelo de franquicia ante la arremetida de empresas multinacionales como una opción para definir su rumbo y consolidarse en el nuevo clima competitivo. Es decir, el sistema de franquicias en Venezuela fue creado como una estrategia, aplicada por grandes negocios consolidados en el mercado local, con el objetivo de expandir en poco tiempo su marca comercial a lo largo del territorio nacional.

Tal es el caso de Graffiti, conocida como la primera empresa venezolana que otorgó franquicias sin proponérselo. Por otro lado, se considera a

McDonald's como la primera franquicia internacional que abrió sus puertas en el país; al igual que Chip-a-Cookie, por ser una de las pioneras en el mercado local (Montilla y Perdomo, 2014).

Se habla de franquicia en Venezuela desde finales de 1970, cuando se establece la franquicia de comida rápida Kentucky Fried Chicken (KFC). Tiempo después en 1980, aparece en el país Burger King, Pizza Hut y dos años después, la cadena McDonald's (Emprendo Más, sacado de la web <https://bit.ly/2WQhjpy>, 2018). Desde finales de la década de los setenta y en los ochenta, ya existen marcas como Burger King y Tropi Burger, las cuales operaban sin ofrecer franquicias (Montilla y Perdomo, 2004).

A principios de los noventa operaban en Venezuela al menos 60 empresas franquiciantes en el país, la mayoría multinacionales extranjeras que habían iniciado operaciones comerciales en el continente americano (Montilla y Perdomo, 2004).

Para el año 2004, Venezuela contaba con 270 empresas franquiciantes abiertas y cerca de 1.500 puntos franquiciados operacionales en todo el territorio, lo que convertía a Venezuela en uno de los mercados de mayor importancia en América Latina junto a Argentina, Brasil y México, y por encima de países como Chile, Colombia, Perú y Ecuador (Montilla y Perdomo, 2004).

El sector franquicia fue el de mayor crecimiento en Venezuela desde 1998, siendo igualado con negocios como el bancario, el de hidrocarburos y el de las telecomunicaciones (Palacios, Arredondo, Di Egidio y Seijas, 2000). "Venezuela es el quinto país que registra 553 empresas franquiciantes (62% de origen nacional), que se traducen en 12.500 puntos de venta y que generan alrededor de 100 mil empleos directos y 250 mil empleos indirectos" (Banca y Negocios, obtenido de la web <https://bit.ly/2WQhjpy>, 2018, pr.18).

Entre algunas de las franquicias venezolanas con mayor éxito en el mercado nacional e internacional destacan: Chipi's Burger (1994), American Hot Dog (1995), Don Taco (1995), Googies New York Pizza (1995), Churromanía (1997), Cinamonrolls (1998) y Juan Chichero (2000) (Emprendo Más, sacado de la web <https://bit.ly/2WQhjpy>, 2018).

“Los esfuerzos de grupos de emprendedores venezolanos y el impulso de la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias), causaron el *boom* del sistema de franquicias en el país” (Emprendo Más, sacado de la web <https://bit.ly/2WQhjpy>, 2018, pr.4). Se comienzan a emplear diferentes conceptos criollos, sumamente competitivos y exitosos, que se adueñaron de espacios importantes en el mercado de las franquicias (Emprendo Más, sacado de la web <https://bit.ly/2WQhjpy>, 2018).

2.2.1 Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias)

En 1997, el doctor Rolando Seijas Sígala, quien ejercía la vicepresidencia de la cadena de hoteles Howard Johnson de Venezuela, recibe una invitación para exponer en un foro sobre la información de franquicias en Venezuela en la Ciudad de México (Palacios et al., 2000).

Mientras se encontraba en México, junto con el presidente y vicepresidente de la Asociación Mexicana de Franquicias y Alfredo Zamora de España, motivan a la creación de una organización gremial de franquicias que represente y lidere al sector en Venezuela (Palacios et al., 2000).

“Durante su estadía en el país norteamericano, Sígala concluyó, que la mejor manera de crecer una cadena de franquicia hotelera a nivel nacional debía ser por medio de una franquicia venezolana” (Palacios et al., 2000, p.195). Más tarde, Sígala inauguró con el apoyo del doctor Rafael Tudela, el Tamanaco Hotel Corporation, una extensión de marca dividida en cinco segmentos que comprenden: Tamanaco Inn, Tamanaco Express, Aventura Tamanaco, Posadas Tamanaco y Bullpen Sport Bar.

Luego de esta experiencia, Seijas comienza a entablar conversaciones con personas que estaban desarrollando alguna agrupación de franquicias en Venezuela, y que habían desarrollado con los años formatos de negocio exitosos. Tal como los señalan Palacios et al. (2000):

Daniel Cárdenas de Radio Shack, Carlos Sultán de Graffiti, Andrés Eloy García de Wendy's, Alberto Villasmil representante de Hertz Rent-a-Car, Juan Teodoro Palacios representante de CD Warehouse, Ronald Guerrero representante de PDV Dealtaven y el Dr. Juan Manuel Rafalli Arismendi en condición de consultor jurídico (p.195).

La intención inicial era crear una organización llamada Cámara Venezolana de Franquicias, Licencias y Afines. Sin embargo, el nombre se modificó para centrar a la organización únicamente a una Cámara Venezolana de Franquicias (Palacios et al., 2000). Formalmente fundada en 1998, la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias) tiene como principal objetivo el crecimiento del sector e interactuar institucionalmente dentro del país como gremio (Profranquicias, tomado de la web <https://bit.ly/2JUgeJs>, 2019).

A medida que esta agrupación se iba formalizando, se fueron sumando personas experimentadas en el área, por ejemplo, Josías Senior Phelan, presidente de Chip-a-Cookie, quien se incorporó como vicepresidente de la agrupación (Palacios et al., 2000).

Todos los presidentes y vicepresidentes de Profranquicias han permanecido en el cargo durante 2 años. Tales como Carlos Núñez Parodi, consultor especializado en franquicias; Luis Vicente García, representante de Focal Point Coaching en Venezuela; Diego Benítez, director comercial de Century 21 en Venezuela y el licenciado Alejandro Vivas, quien actualmente preside el cargo de Presidente Ejecutivo de la institución.

Profranquicias se deriva de *Pro* (en favor de o promotor de...) y *franquicias*, del sistema de expansión organizacional, empresarial y comercial. “La cámara agrupa alrededor de 100 empresas, entre las que se cuentan las marcas más representativas del sector, tanto nacionales como foráneas” (Profranquicias, obtenido de la web <https://bit.ly/2JUgeJs>, 2019, pr.2).

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

Esta línea de argumentación se desarrolla a partir de un conjunto de saberes en el que están expuestos todos los elementos del tema que se pretenden atender. Según Arias (2012) “[El marco teórico] consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación por realizar” (p.90).

3.1 Antecedentes

Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que, para iniciar el análisis de algún caso de investigación, “es necesario conocer estudios, investigaciones y trabajos anteriores, especialmente si uno no es experto en el tema” (p. 26).

Dichos autores también señalaron que contar con antecedentes ya investigados y formalizados, permite estructurar y seleccionar la perspectiva desde la cual se abordará la idea de investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En este estudio se seleccionaron dos antecedentes de investigación, cuyo contenido sirve de base para el presente trabajo a desarrollar:

Quintero, P. W. (2003). *Bases conceptuales para la evolución económica de una inversión en franquicias* (Tesis de Postgrado). Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Católica Andrés Bello [TESIS.AE2003.M9] Caracas, Venezuela.

Este trabajo de investigación integra la información conceptual necesaria para la evaluación económica de una inversión en franquicias, de tal manera que provee las bases teóricas en materia de finanzas que pudieran ayudar a los investigadores de este estudio a detectar posibles alternativas para el inversionista que opera bajo esta modalidad de inversión. En este sentido, la investigación recopiló los aspectos más relevantes que se deben evaluar a la hora de realizar una inversión de este sistema.

El autor concluyó que el sistema de franquicias es una de las muchas alternativas que hoy existen para que el individuo o grupo coloque capital y obtenga una rentabilidad determinada en un lapso de tiempo determinado. Como recomendación, sugiere realizar una investigación exhaustiva y detallada del tipo de negocio que está adquiriendo antes de incursionar en el sector de franquicias.

Baquero, A., Marval, A. (2000). *Ventana al éxito, lineamientos de las estrategias de mercadeo que favorecen la incursión de franquicias nacionales y extranjeras en Venezuela* (Tesis de Pregrado). Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Católica Andrés Bello [TESIS.COS2000.B36] Caracas, Venezuela.

Esta investigación es una guía referencial para los investigadores de este trabajo, ya que aborda los conocimientos en materia de mercadeo aplicado al sistema de franquicia, lo que implica el estudio del comportamiento del consumidor bajo el contexto venezolano. Además, examina la evolución y el surgimiento de nuevos mecanismos y productos, su posicionamiento y alternativas de mercado, los vacíos que satisface el sistema de franquicia, la forma como crecen y se expanden y los lineamientos de las estrategias de mercadeo que sirvan como guía para la incursión de franquicias en Venezuela.

Entre las conclusiones destacan que las estrategias de mercadeo son fundamentales para el logro de objetivos trazados por las empresas a través de su desarrollo comercial (Baquero y Marval, 2000). Para todas las franquicias en estudio, les resulta sumamente importante la constante innovación y diversificación del producto ofrecido a los consumidores, proveyéndolos de valores agrados y ajustándolos a las necesidades de los mismos, lo que conlleva a consolidar una marca, en un mercado tan competitivo que se presenta en la actualidad.

3.2 Origen de las franquicias

El sistema de distribución de franquicias no resultó de un momento de la creatividad de una sola persona. Se fue creando a partir de soluciones encontradas por empresarios en respuestas a los problemas que enfrentaban en sus negocios (Estudio Canudas, 2001).

Generalmente, el surgimiento del sistema de franquicia se asocia con los Estados Unidos propiciado por el fin de la Guerra de Sucesión y la comercialización del automóvil a principios del siglo XX. General Motors (GM) es la compañía reconocida por muchos en dar los primeros pasos en la adopción de la franquicia en 1929, con la finalidad de idear una nueva forma de venta de sus automóviles para evitar las consecuencias de las leyes antimonopolio existentes en Norteamérica, constituyendo el medio ideal para el desarrollo rápido de su red de comercialización (Baquero y Marval, 2000).

Sin embargo, uno de los primeros ejemplos es Isaac Singer, quien destaca como el primer minorista independiente en licenciar su producto. Tras inventar la máquina de coser en 1858, Singer precisaba de capital para expandir su negocio, pero para poder venderlas tuvo que enseñar a sus clientes a usarla antes de que la compraran. Ante esta situación, estableció una red de comerciantes a quienes se les cobraba una participación por el derecho a distribuir sus máquinas de coser en territorios específicos (Baquero y Marval, 2000).

Las compañías petroleras y de autopartes siguieron el ejemplo de las dos anteriores, logrando con este sistema expandir la distribución de sus productos, sin capital ni riesgos propios. En esta misma época, la industria de gaseosas comenzó a utilizar igualmente este sistema. En este caso, una embotelladora (franquiciado) recibía el concentrado mediante la utilización de una fórmula con el derecho de producirlas identificadas con la marca del franquiciador y distribuirlas en un área exclusiva (Baquero y Marval, 2000).

Por su parte, el franquiciador realizaba la publicidad, el mercadeo y otros servicios de apoyo, exigiéndole al franquiciado la producción de las gaseosas, obviamente bajo estrictos criterios de calidad previamente definidos (Sosa y Guerrero, 2003).

En 1899, mediante la utilización de este sistema, la empresa Coca-Cola se convirtió en la primera embotelladora del mundo. Para esa época, Coca-Cola operaba directamente sus fuentes de soda donde expendían su producto. Sin embargo, algunos inversionistas lograron convencer a la firma para que les otorgara el derecho a proveerse, por parte de Coca-Cola, del concentrado necesario para embotellar la bebida en las instalaciones del franquiciado, quien se encargaría de distribuirla a nivel regional (Sosa y Guerrero, 2003).

En sus orígenes, el término franquicia no estuvo directamente ligado al comercio. Durante la edad media en Francia, se utilizó por primera vez la palabra franquicia, derivando el término "*Franc*" para hacer referencia a las autorizaciones que los soberanos otorgaban a favor de algún súbdito en relación a determinadas actividades, así como las relaciones entre la ciudad y el Estado. Según Barbadillo (1999), era costumbre de gobiernos locales ofrecer a personas importantes una licencia que mantuviese el orden y el recaudo de impuestos públicos.

Con la llegada de la edad moderna, el primer antecedente de franquicia en los Estados Unidos fue probablemente el otorgamiento a particulares, por vía legislativa para la explotación de algunos servicios públicos o "*public utilities*" como fue el caso de los ferrocarriles y los bancos. Finalizada la Segunda Guerra Mundial, la situación en Estado Unidos fue propicia para un relanzamiento de la franquicia; la mano de obra sobrante y la necesidad de empleos fueron elementos clave para el éxito de este sistema de negocio (Barbadillo, 1999).

No obstante, la verdadera explosión del sistema ocurre a partir de los 70, convirtiéndose en una tendencia mundial en los años 80. De esta manera, el método de franquicias permitió que personas emprendedoras pero inexpertas, pudieran comenzar sus propios negocios con entrenamiento y supervisión de un empresario con un amplio conocimiento del negocio que pretendía franquiciar (Barbadillo, 1999). Martin Mendelsohn, en su libro *Franchising in Europe*, citado por Barbadillo (1999), señala que "una vez que el concepto de franquicia es entendido y adoptado por la comunidad empresarial de un país, el ratio de crecimiento que se consigue es espectacular" (p. 74).

3.3 Definición de franquicia

De acuerdo a Palacios, Arredondo, Di Egidio y Seijas (2000) la franquicia se define como un modelo de negocio direccionado a la comercialización de bienes y servicios bajo estrictas normativas, donde una persona natural o jurídica, denominada franquiciante, le concede a otro individuo de igual naturaleza, denominado franquiciado, el derecho a utilizar la marca o nombre comercial transmitiéndole la filosofía y el conocimiento técnico que le permita facilitar la venta de bienes y servicios por un periodo de tiempo. Acorde con Díez de Castro y González (1998), citado por Palacios et al. (2000) señalan:

La franquicia es un sistema de cooperación entre empresas diferentes, pero ligadas por un contrato, en virtud de la cual una de ellas (franquiciante) otorga a otra u otras (franquiciadas), a cambio de unas co-prestaciones (pagos), el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial. (p.25).

3.4 Elementos esenciales en la relación de franquicia

Como en todo acuerdo comercial, hay un contrato de por medio. Dicho contrato debe poseer elementos indispensables para cumplir con las normativas del sistema de negocio. Los dos elementos esenciales en la relación de franquicia son el franquiciante o franquiciador y el franquiciado o franquiciatario (Entrepreneur, <https://bit.ly/29y9hei>, pr.4).

3.4.1 El franquiciante o franquiciador

Es una persona natural o jurídica que cede una marca comercial ya acreditada y consolidada en el mercado, así como su técnica de trabajo, experiencia y conocimientos a cambio de regalías y compensaciones económicas (Palacios et al., 2000). El franquiciador tiene la responsabilidad de capacitar y asesorar al franquiciado constantemente durante la vigencia del contrato. Se encargará de transmitir todo los manuales operativos y técnicas para la debida producción de bienes y servicios de la marca comercial. Debe garantizar a sus franquiciatarios servicios permanentes de seguimiento, comunicación interna, investigación, apoyo y marketing (Entrepreneur, sacado de la web <https://bit.ly/2PYbEex>, pr.5).

El franquiciante cede conceptos, manuales operativos y de servicio, tecnología, y la marca. Ofrece su experiencia con apoyo técnico para las operaciones, además con capacitación y adiestramiento. Por esto recibe un pago por licencia de uso de la marca o nombre comercial, incluyendo los conocimientos técnicos y pago de regalías (Palacios et al., 2000).

“La uniformidad de los servicios y productos es lo que distingue y mantiene una franquicia” (Palacios et al., 2000, p.10). Los franquiciados no obtienen los productos directamente del franquiciante debido a que esto no sería rentable, cada franquiciado debe poseer sus propios proveedores para abastecerse, pero para alcanzar la uniformidad que se mencionaba anteriormente, se fijan estándares, técnicas y métodos de autoevaluación para garantizar la calidad de los productos y servicios en el transcurso del tiempo.

Palacios et al. (2000) afirman que dentro de los principales inconvenientes o desventajas que se le presentan al franquiciante están, la posibilidad de pérdida de control sobre las actividades que realiza el franquiciado, la multiplicación de riesgo del negocio en caso de fracaso de una de las unidades franquiciadas, la utilización de recursos económicos propios para iniciar la apertura comercial de unidades de franquiciados y el riesgo de crear tu propio competidor comercial.

3.4.2 El franquiciado o franquiciatario

Es una persona natural o jurídica que se asocia con una marca o nombre comercial y que a través de una compensación económica o regalía se le concede el derecho de comercializar bienes y servicios de dicha marca por un tiempo determinado (Palacios et al., 2000) El franquiciado cede pagos por la cesión de derechos de la marca y regalías dirigidas a la casa matriz con la periodicidad establecida en el contrato entre las partes. Por su parte ofrece una garantía de acuerdo a especificaciones de que respetará todas las normativas establecidas para la comercialización de la marca y recibe los beneficios de un negocio ya consolidado en el mercado, una reducción en el riesgo de fracaso y apoyo constante y permanente para la operacionalización del negocio y toma de decisiones económicas, de producción y de recursos humanos (Entrepreneur, sacado de la web <https://bit.ly/2PYbEex>, pr.9).

3.5 Tipos de franquicias

Los diversos grados de funcionamiento y complejidad de las franquicias han permitido clasificar los tipos de franquicia en cuatro categorías diferentes según Díez de Castro y González (1998). Dicha clasificación coincide en diversos puntos con la presentada por Palacios et al., (2000).

3.5.1 Primera categoría: Basada en el origen y en el desarrollo de la franquicia. Pueden ser:

Franquicia de primera generación: Hace referencia a las primeras franquicias en funcionamiento. Los elementos básicos que se franquiciaban eran marcas y productos. Su objetivo era asegurarse de distribuir los productos. Esta idea de franquicia se corresponde, en su sentido más amplio, con el concesionario; es un concepto de franquicia identificado como transacción bajo algún tipo de licencia como los sectores del automóvil, gasolineras, bares, tiendas de fotos, entre otros ejemplos (Díez de Castro y González, 1998).

Franquicia de segunda generación: Se corresponden con una evolución y desarrollo de esta forma comercial. Las franquicias en la actualidad son de formato, por supuesto que tienen como elementos constitutivos marcas y productos. Sin embargo, incorporan un elemento fundamental: el *know-how*. A su vez la relación entre el franquiciante y el franquiciado es mucho más formal que en el caso de la primera generación (Díez de Castro y González, 1998).

Estas franquicias incorporan el concepto de negocio completo, suponen la explotación de artículos identificados mediante una marca, pero también incluyen el modo de dirigir con éxito un negocio en todos sus aspectos.

3.5.2 Segunda categoría: Hace referencia a los niveles (fabricante, mayorista, minorista) de un canal de distribución que se relacionan con la franquicia. Se clasifican según Díez de Castro y González (1998):

Franquicia vertical: Se produce entre integrantes de distintos niveles del canal de distribución.

- a) Franquicia integrada: Se denomina de esta forma cuando comprende la totalidad del canal de distribución con la excepción del consumidor.

- b) Franquicia semiintegrada: No abarca la totalidad del canal de distribución, ejemplo de ello es cuando el franquiciante es fabricante y el franquiciado un mayorista (Franquicias Master) o en el caso en el que el franquiciante es mayorista y el franquiciado un minorista.

Franquicia horizontal: Es la que relaciona integrantes del mismo canal de distribución. Se subdivide en:

- a) Franquicia es detallista: Franquiciador y franquiciado son minoristas.
- b) Franquicia de fabricantes: Franquiciador y franquiciado son fabricantes.

3.5.3 Tercera categoría: Esta división tiene su fundamento en la actividad que va a realizar el franquiciado, el cual corresponde según el sector de actividad que desempeña, de acuerdo con Palacios et al. (2000). Se tiene:

- a) *Franquicia de Producción:* El franquiciante es tanto el dueño como el fabricante de los productos que distribuyen sus franquiciados (Palacios et al., 2000).
- b) *Franquicia de servicios:* Se revela como la forma más original y auténtica de aplicación de la filosofía de la franquicia. Suelen ser bastante vulnerables y muy imitadas, por lo que precisan de un excelente marketing, una constante innovación y una gran capacidad de crecimiento para ocupar el mercado con rapidez. El franquiciante le aporta a los franquiciados una fórmula original, específica y diferente para prestar servicios con un método caracterizado por su eficacia; básicamente, el *know-how* (Díez de Castro y González, 1998).
- c) *Franquicia industrial o de formato de negocio:* El franquiciado, generalmente, además de producir se convierte en distribuidor en exclusiva del producto en el territorio concedido (Díez de Castro y González, 1998).
- d) *Franquicia de distribución:* El franquiciante es quien les vende a los franquiciados los productos que ellos deben vender, además de otorgarles el nombre de la marca. En estos casos el franquiciador puede ser visto como un mayorista o el propio franquiciante y el franquiciado como un minorista o detallista (Palacios et al., 2000).

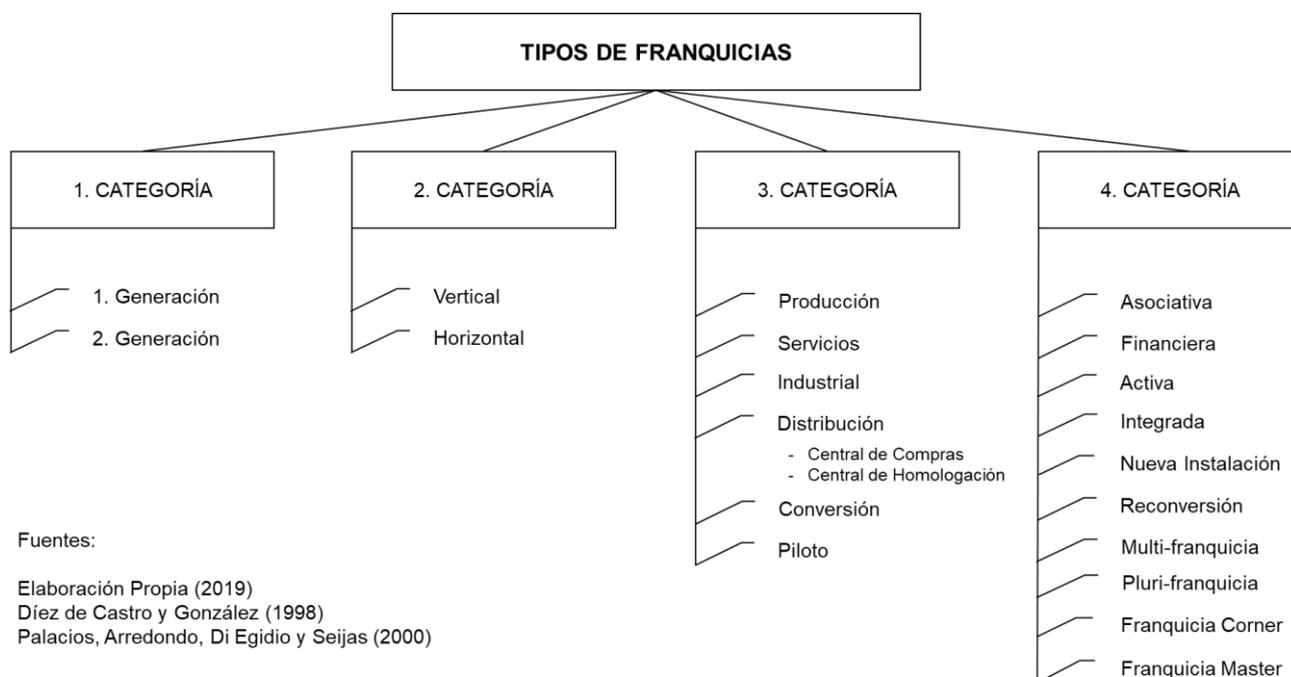
- a. *La franquicia con central de compras:* El franquiciante constituye una central de compras cuya misión es, en primer lugar, selección y adquisición (en el caso que no sean de fabricación propia) del surtido de mercancía que se va a ofrecer en los puntos de venta, y en segundo lugar la distribución directa desde la central a los franquiciados (Díez de Castro y González, 1998).
- b. *La franquicia con central de homologación:* El franquiciante elabora un catálogo con los productos que van a constituir el surtido ofrecido en los puntos de venta. Negocia con posibles proveedores para conseguir las mejores condiciones de precios, calidad, condiciones de entrega, etc. Estas negociaciones culminan con la selección de una serie de proveedores (Díez de Castro y González, 1998). “Los franquiciados deben realizar sus compras directamente a los proveedores homologados. Los proveedores, normalmente, deben pagar al franquiciador un tanto por ciento de las ventas efectuadas a los franquiciados. Este monto puede ser repartido entre los franquiciados o incrementar los ingresos del franquiciante” (Díez de Castro y González, 1998, p.21).
- e) *Franquicia de conversión:* El franquiciante capta negocios que operan en el mismo giro comercial, pero con marcas o denominaciones comerciales distintas, logrando así que estos se agrupen bajo sus parámetros (Palacios et al., 2000).
- f) *Franquicia piloto:* Este se beneficia económicamente, ya que normalmente, en su condición de centro piloto, recibe unas condiciones especiales como son no tener que pagar el canon de entrada, derechos periódicos menores o inexistentes, etc. (Díez de Castro y González, 1998).

3.5.4 Cuarta categoría: Esta división tiene su fundamento según el grado y nivel de integración en la red, de acuerdo con Palacios et al. (2000). Dicha clasificación tiene que ver con la presentada por Díez de Castro y González (1998) en el apartado Otras franquicias.

- a) *Franquicia asociativa*: Se produce cuando el franquiciado tiene participación económica en la sociedad franquiciadora, o viceversa, el franquiciador es propietario, en parte del negocio franquiciado (Palacios et al., 2000).
- b) *Franquicia financiera*: El franquiciado no gestiona directamente la franquicia, simplemente se trata de un inversionista (Palacios et al., 2000).
- c) *Franquicia activa*: El franquiciado hace la inversión y gestiona el punto de venta. Es el formato más común y es el preferido por los franquiciadores venezolanos (Palacios et al., 2000).
- d) *Franquicia integrada*: El fabricante distribuye sus productos de forma exclusiva y directamente a través de los establecimientos franquiciados (Palacios et al., 2000).
- e) *Franquicia de nueva instalación*: Cuando el local comercial en el que se va a implantar el negocio no se dedicaba anteriormente a la misma actividad (Díez de Castro y González, 1998).
- f) *Franquicia de reconversión*: “El local en el que se va a desarrollar la franquicia era anteriormente del franquiciado y/o desarrollaba actividad comercial” (Díez de Castro y González, 1998, p.22).
- g) *Multi-franquicia*: “Cuando el franquiciador concede más de una franquicia al mismo franquiciado” (Díez de Castro y González, 1998, p.22).
- h) *Pluri-franquicia*: “Se da cuando en un mismo establecimiento franquiciado coexisten más de una franquicia” (Díez de Castro y González, 1998, p.22).
- i) *Franquicia Corner*: “Es una franquicia que desarrolla su actividad comercial en el interior de otro establecimiento comercial, generalmente grandes superficies (hipermercados o grandes almacenes)” (Díez de Castro y González, 1998, p.22).
- j) *Franquicia Master*: También denominada franquicia principal, se produce cuando el franquiciado está habilitado para convertirse en franquiciador en su territorio. Muchas veces, la franquicia master se concede a un franquiciado normal que ha servido para abrir nuevos mercados con éxito (Díez de Castro y González, 1998).

A fin de ofrecer gráficamente una visión aproximada de los tipos de franquicias según Díez de Castro y González (1998) y Palacios et al. (2000), a continuación, se presenta la siguiente tabla:

Tabla N°1. Tipos de Franquicias



3.6 Ventajas e inconvenientes de las franquicias

La franquicia es una nueva forma de comercio y modernización que proporciona una serie de ventajas socio-económicas importantes para ambas partes. Los beneficios expuestos a continuación provienen de los planteamientos de autores como Díez de Castro y González (1998), Raab y Metusky (1999) y Palacios et al. (2000), entre las que destacan:

Sociales

- ∠ *La franquicia crea empresas estables* ya que la supervivencia de éstas es muy superior a otras formas de comercio debido a que el franquiciante no está dispuesto a exponer su nombre, producto o servicio al fracaso y el franquiciado tampoco jugará con su trabajo e inversión. Ambos pondrán todo su esfuerzo en lograr el éxito de su empresa y este trabajo conjunto garantiza la estabilidad del negocio (Díez de Castro y González, 1998).

- ∠ *Proporciona empleo.* Su desarrollo conduce al nacimiento de nuevas empresas y oportunidades laborales estables (Díez de Castro y González, 1998).
- ∠ *Posibilita el acceso de personas sin experiencia al primer empleo,* ya que el franquiciante proporciona al franquiciado y al personal seleccionado la formación necesaria para desempeñar exitosamente las diferentes labores que requiere el negocio (Díez de Castro y González, 1998).
- ∠ *Fomenta la investigación y el desarrollo.* “Una de las características fundamentales de las franquicias es promover la investigación y el desarrollo de los productos y servicios que comercializa, así como de los últimos avances en formación y mercadeo. Esta es la clave que proporciona el éxito y el posicionamiento competitivo de la empresa” (Díez de Castro y González, 1998, p.141).

Económicas

- ∠ *Crecimiento de la economía.* El auge de las franquicias y la multiplicación de sus nuevos establecimientos comerciales hacen que esta fórmula sea uno de los pilares del desarrollo y crecimiento del sector comercial y de la economía (Díez de Castro y González, 1998).
- ∠ *Abaratamiento de los precios.* “Las redes de franquicias posibilitan que el franquiciante fabrique o adquiera grandes cantidades de productos para abastecer a sus franquiciados disfrutando de economías que se reflejan en escalas subsiguientes. La reducción del costo repercute en la fijación del precio final del producto o servicio, estableciendo un valor atractivo para el público en la relación calidad-precio, característica resaltante de éxito de las franquicias” (Díez de Castro y González, 1998, p.141).

- ∟ *Nacimiento de nuevas empresas.* Este tipo de empresas tiende a fijar un ritmo de crecimiento anual continuo que se traduce en la apertura de nuevos puntos de venta (Díez de Castro y González, 1998).
- ∟ *Contribuye a la modernización de las estructuras comerciales de un país,* propiciando beneficios para todos los integrantes del canal de distribución: fabricantes, mayoristas, minoristas e intermediarios (Díez de Castro y González, 1998).
- ∟ *Produce una movilización de fondos financieros inactivos.* La franquicia precisa de fondos financieros para su puesta en marcha y desarrollo (Díez de Castro y González, 1998).

3.6.1 Ventajas del franquiciante

Para Díez de Castro y González (1998) la ventaja principal de otorgar franquicias a terceros es la rápida expansión de un negocio con ventajas financieras y de gestión, lo que les permite el acceso a nuevos mercados para poder compartir el riesgo con franquiciados familiarizados y conocedores del mercado, lo que aumenta las probabilidades de éxito. De esta forma, la rapidez en el crecimiento y el acceso a nuevos mercados es otra de las ventajas de la franquicia.

Una vez que el negocio se expande, el número de clientes (los franquiciados) aumenta en proporción con las ventas, la imagen de marca se consolida, se potencia y se hace más notoria frente a sus competidores, entonces se hace inherente la puesta en marcha de campañas publicitarias y la utilización de todos los medios de comunicación de masas para sacarle el máximo provecho a la imagen de la franquicia (Díez de Castro y González, 1998).

Por otra parte, “las inversiones requeridas para el crecimiento empresarial utilizando el *franchising* son inferiores a otras alternativas, como por ejemplo el sucursalismo” (Díez de Castro y González, 1998, p.142). El franquiciador obtiene ingresos a través del *fee* o canon de entrada, márgenes de productos, regalías periódicas, publicidad, formación, *royalties*, entre otros beneficios. Además, los gastos fijos de almacenes, stocks, publicidad, estudios de mercado, son menores, ya que son compartidos con los franquiciados.

3.6.2 Inconvenientes para el franquiciante

Díez de Castro y González (1998) señalan que la motivación es una señal de que el personal franquiciado está comprometido, ya que el franquiciado se juega su dinero, su trabajo y su prestigio. Sin embargo, es de suma importancia seleccionar correctamente a los franquiciados, ya que se corre el riesgo de que el franquiciado se convierte en una competencia desleal y que no acate los métodos y cambios exigidos por la casa matriz. Un franquiciado desleal puede utilizar el *know-how* exitoso del negocio para establecer otro, lo que obligaría al franquiciador emprender acciones legales (Díez de Castro y González, 1998).

La confianza juega un papel indispensable en la relación entre las partes (franquiciado y franquiciante), lo que ayuda a aunar esfuerzos de cara a unos mejores resultados comerciales entre ambos. En tal sentido, los conflictos más comunes de la relación franquiciante – franquiciado, según Díez de Castro y González (1998), se encuentran en primer lugar en los pagos periódicos y en los controles sobre las ventas, técnicas de ventas, disposición del establecimiento, publicidad, horarios, entre otros; ya que suelen ser los elementos que ocasiona mayores discrepancias.

Otro inconveniente recae en el anhelo del franquiciado de buscar la independencia. Con el transcurso del tiempo, es común que quieran separarse de la red, atribuyéndose el éxito de la operación para evitar los pagos al franquiciante. El franquiciado se beneficia de todos los conocimientos que incrementan su formación y experiencia en el campo de la gestión empresarial, por lo que sucede en muchos casos que el franquiciado se convierte en un competidor de la cadena (Díez de Castro y González, 1998).

3.6.5 Ventajas del franquiciado

- ∟ *Reconocimiento de la marca en el mercado.* El franquiciado incurso en el mercado tiene el respaldo de una marca reconocida por el consumidor, lo cual le da mayor aceptación que los competidores que no están en un sistema de franquicias (Raab y Metusky, 1999).
- ∟ *Reconocimiento de los atributos del producto.* Al igual que la marca, los consumidores ya conocen el producto o servicio que se ofrece y

los atributos y beneficios que posee. Por este motivo, no durarán en buscarlo y obtenerlo (Raab y Metusky, 1999).

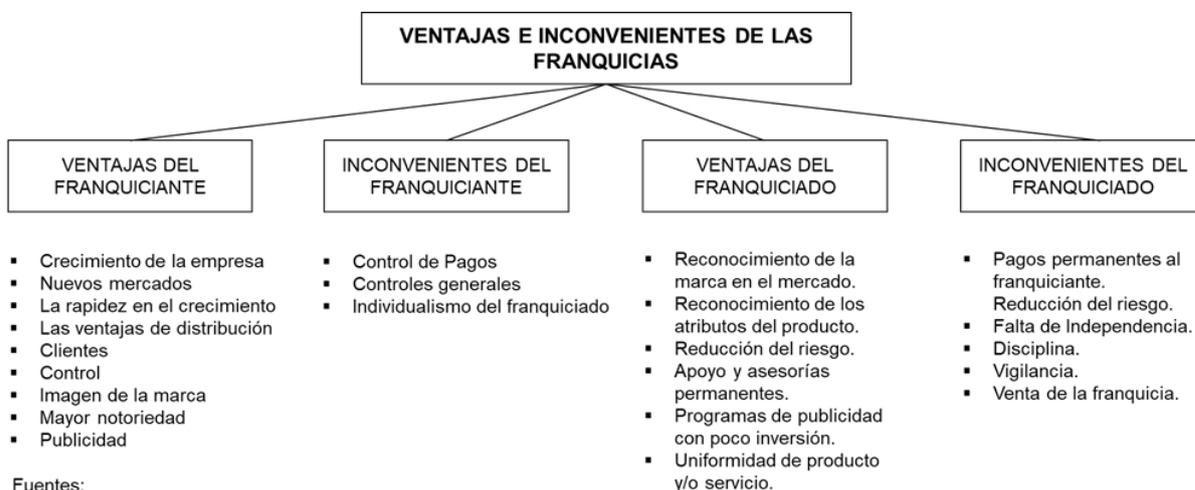
- ∠ *Reducción del riesgo de incursionar en un nuevo negocio.* El franquiciado corre menos riesgo en la incursión en el mercado, ya que los resultados muestran las posibilidades de triunfos. Además de que el franquiciante le da el *know-how* o manual de operación para que funcione de forma correcta. Por otra parte, los problemas operacionales y técnicos ya se han determinado en la unidad piloto (propiedad del franquiciante) y se ha establecido una metodología para su solución (Raab y Metusky, 1999).
- ∠ *Apoyo y asesorías permanentes.* El franquiciado cuenta permanentemente con la experiencia y el respaldo del franquiciante para enriquecer y dar seguridad al negocio. A la vez que ayuda a evitar errores que podrían cometer por sí solos (Raab y Metusky, 1999).
- ∠ *Esfuerzos publicitarios globalizados entre los diversos franquiciados y la casa matriz.* Compartir los elevados costos que conlleva una campaña publicitaria, resulta beneficioso, en cuanto a rentabilidad para las dos partes involucradas en el sistema de franquicias. Además, facilita la captación mayor por parte de la población local, regional, estatal, nacional o internacional (Raab y Metusky, 1999).
- ∠ *Uniformidad de producto y/o servicio.* El franquiciante asegura la uniformidad del sistema a través de los manuales de operación y servicio, y del entrenamiento del personal que laborará en cada punto de venta. Gracias a estos dos mecanismos, los franquiciados tendrán una pauta de acción general y podrán supervisar que los trabajadores se desenvuelvan según una metodología global (Raab y Metusky, 1999).

3.6.5 Inconvenientes para el franquiciado

- ∟ *Pagos permanentes al franquiciante.* El franquiciado está obligado a pagar regalías de forma permanente y continua según lo establezca el contrato que ambas partes celebraron. Los pagos se suelen fijar como porcentaje sobre las ventas del franquiciante y contribuyen a la publicidad del conjunto de franquicias y a la investigación en pro del desarrollo de los productos y/o servicios que se ofrecen. A pesar de existir esta responsabilidad, se propicia una relación armónica y duradera entre las partes integrantes de la red, pues trabajan unidos por una causa común (Raab y Metusky, 1999).
- ∟ *Falta de independencia y apego constante y minucioso a los estándares fijados por el franquiciante.* La mayoría de las actividades operativas vienen definidas en el contrato que realiza el franquiciante con el franquiciado, por lo que las decisiones dependen principalmente del franquiciante y restricciones. Esto implica la dificultad para el franquiciado de modificar algunos criterios pre-establecidos, a no ser que se decida en común acuerdo entre las partes involucradas (Raab y Metusky, 1999).
- ∟ *Disciplina.* Al existir reglas de acción, el franquiciado debe cumplirlas de acuerdo con los manuales operativos que le entregan en el contrato (Raab y Metusky, 1999).
- ∟ *Vigilancia.* El franquiciante o un representante del mismo, visita y supervisa periódicamente cada uno de los puntos de venta. Esto puede causarle incomodidad al franquiciado cuando tiene cierto tiempo de experiencia en el negocio (Raab y Metusky, 1999).
- ∟ *Venta de la franquicia.* El contrato también limita las operaciones de venta y transferencia de las franquicias. El franquiciado debe asumir que al comprar una franquicia debe permanecer con ella durante un tiempo determinado legalmente. Cuando vence el contrato se produce una renovación del mismo con la misma duración a la inicial (Raab y Metusky, 1999).

Con el fin de facilitar una visión general y aproximada de las ventajas e inconvenientes del franquiciante y el franquiciado, se recoge más abajo la siguiente tabla:

Tabla Nº2. Ventajas e inconvenientes de las franquicias



Fuentes:

Elaboración Propia (2019)
 Díez de Castro y González(1998)
 Palacios, Arredondo, Di Egidio y Seijas (2000)
 Raab y Metusky (1999)

3.7 Aspectos legales de las franquicias

De acuerdo con Córdova, Rojas, y De León (2002) la necesidad de una ley en materia mercantil suele ser consecuencia de la incompetencia del desarrollo normal de algún método dentro de un determinado sistema jurídico existente. No obstante, que no se encuentre con una legislación especializada en la materia no significa la inexistencia ni la invisibilidad de una figura inspectora determinada.

La franquicia se trata de una actividad comercial, y ante la ausencia de una legislación especializada en la materia, sus actividades deberían ser reguladas por todo un conjunto de normas contenidas en varias leyes y de distinta naturaleza, en la medida en que es aplicable. Es decir, se le denomina un sistema multi-regulatorio lo que actualmente existe en Venezuela en materia de franquicias (Córdova et al. 2000).

De hecho, el organismo que norma esta actividad en Venezuela es el Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI). Todo lo que toca a derechos marcarios, patentes y propiedad intelectual es crucial para una

franquicia, porque forma parte del paquete que se vende al franquiciado. Sin embargo, uno de los más fuertes factores en contra, ha sido el incremento de más del 15.000% en los costos de uso del SAPI (Ramírez, 2018).

Alfonso Riera, exdirector de la Cámara Venezolana de Franquicias, publicó en el año 2012, un informe sobre la realidad jurídica de las franquicias en Venezuela, en el que aclara que, aunque existan leyes que normen la actividad comercial, no significaba una disminución en la seguridad jurídica del negocio.

La Constitución Nacional de Venezuela (2016), en su artículo 112, declara que:

Todas las personas venezolanas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia sin más limitaciones que las que establecen la Constitución y las leyes por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente y otras de interés social. (p. 8).

Acorde con lo que señala Córdova et al (2000) Venezuela ha profesionalizado ciertos elementos de especialidad, como los ya nombrados lineamientos sobre franquicias que dicta la Ley de Procompetencia, contentivos de todo un conjunto de normas dirigidas exclusivamente al sector. Asimismo, la Ley de Propiedad Intelectual (2017) incluye dos artículos en materia de franquicias, el cual señala:

- ∠ *Artículo 62:* Existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica que permita a la persona a quien se le concede, poder producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, con el fin de mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios que ésta distingue. (p. 72).
- ∠ *Artículo 63:* Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretende conceder, previo a la celebración del Convenio respectivo, la información relativa sobre el estado de su empresa, en los términos que

establezca el reglamento de esta Ley, a menos que las partes acuerden lo contrario. (p.96).

El contrato de franquicias se inscribirá ante el Instituto Venezolano de la Propiedad Intelectual, a la vez que no podrá contener cláusulas restrictivas del comercio y cumplir con lo dispuesto en el Régimen Común de Tratamientos a los Capitales Extranjeros y sobre marcas, patentes, licencias y regalías (Díez de Castro y González, 1998).

3.8 Factores operativos de la franquicia

3.8.1 La marca

De acuerdo con Díez de Castro y González (1998) la marca es uno de los factores clave de la franquicia, a su vez que está conformada por dos elementos principales e igual de importantes: En primer lugar, el nombre de la marca, que es lo que permitirá que los compradores identifiquen rápidamente tu producto o servicio, y por otro lado, el logotipo, que se convertirá en la expresión gráfica de la marca.

La palabra marca es utilizada por los consumidores para requerir y distinguir claramente productos que son similares o idénticos, en cuanto a utilidad y fabricación. Dichas características que diferencian a la marca de las otras, representan un valor añadido para la empresa y constituye una propiedad legal importante.

Se habla de valoración de la marca, a la importancia y el atractivo de los productos y servicios inherentes a la misma. Siguiendo esta orientación, habría que tener en cuenta los tres puntos siguientes:

3.8.1.1 La notoriedad

Esta se refiere al indicador que medirá el grado de reconocimiento de la marca comercial por parte de una determinada muestra. Un gran conocimiento de la marca se expresa como un factor relevante para el éxito, desde su inauguración.

Como señalan Díez de Castro y González (1998) la forma tradicional de incrementar el grado de notoriedad de la marca es a través de los medios de

comunicación. La gran mayoría de las franquicias ya gestionadas y consolidadas en el mercado tienen dentro de sus objetivos publicitarios aumentar la notoriedad.

Mientras mayor sea el desconocimiento de la marca, el valor de la franquicia será más reducido, existen menos pretendientes a franquiciar, las exigencias del franquiciador suelen ser menores y por otro lado las probabilidades de éxito son menores. Esto suele ocurrir en franquicias que están comenzando su actividad, por lo que iniciar frecuentemente está surcado de grandes dificultades.

También se debe tener en cuenta que la existencia de nombres de marcas similares o que puedan prestarse para confusiones por el consumidor, en otras regiones o países, puede restarle atractivo en dicha área Díez de Castro y González (1998). “La notoriedad de marca es el reflejo de la misma en la mente de los consumidores o el grado de conocimiento que se tiene sobre la misma. No nos engañemos, una marca desconocida es una marca con menos valor” (Servicios Globales de Marketing, obtenido de la web <https://bit.ly/2H5GJJ5>, 2019, pr. 1).

3.8.1.2 La propiedad legal

Si la marca forma parte de los elementos más importantes del contrato de franquicia, sería racional pensar, que el franquiciante debe ser el propietario legal marca comercial a franquiciar. Es decir, “deberá estar inscritos obligatoriamente en el registro correspondiente a su nombre, el (los) nombre(s) de la(s) marca(s), logotipos, emblemas y demás signos componentes de la marca del franquiciador” (Raab y Metusky, 1999).

Si bien todo esto puede resultar evidente, en la realidad algunos franquiciantes principiantes pueden no tener registrados sus signos distintivos, igualmente ocurre, en el momento de la internacionalización de la marca, es frecuente que el franquiciante tenga registrado sus identificativos únicamente en su país de origen (Raab y Metusky, 1999).

De manera que cuando solicitan extender su negocio en otros países, estos no pueden utilizar su marca si ya fue registrada por otra persona, teniendo que

utilizar otra marca desconocida para poder operar. De acuerdo con Palacios et al. (2000), han existido casos de marcas conocidas en el mundo que operan en naciones importantes y son registradas en otros países por empresarios que alardean o exhiben pertenecer a la red de comercialización, cuando en realidad no forman parte.

3.8.1.3 La imagen

Raab y Metusky (1999) definen la imagen de la marca como el conjunto de actitudes, representaciones y sentimientos que se agrupan en la mente del público, como una marca comercial. Por otro lado, Montilla y Perdomo (2004) definen la imagen global de una empresa como el resultado de múltiples mensajes relacionados entre sí. Es decir, acumulados en la memoria de la población, configuran una especie de globalidad capaz de influir en toma de decisiones y en comportamientos del consumidor.

Las franquicias o cualquier tipo de empresas deberían buscar la manera de transmitir y organizar una imagen acorde a sus intereses. Esto debe iniciarse desde lo más básico: un buen nombre para la marca, signos identificativos, crear imagen, transmitir en medios de comunicación, entre otros.

El objetivo de la imagen de marca se ubica en que, la imagen que se configure o se guarde en la mente de los consumidores, corresponda con la imagen que queremos comunicar.

3.8.2 El producto o servicio

Díez de Castro y González (1998) destacan que la particularidad correspondiente al producto o servicio ofertado, se centra en tres puntos importantes: Diferenciación, competitividad y surtido. La diferenciación es uno de los elementos que aumentan las probabilidades de éxito de la franquicia. Esto sucede, como lo dice el nombre, cuando el producto o servicio se diferencia claramente del competidor, es decir, que cuenta con una fuerte personalidad u originalidad. Por otro lado, además de diferente, el producto debe ser competitivo en el mercado en el que se ubica, bien sea por el precio, calidad o relación calidad – precio (Díez de Castro y González, 1998).

Díez de Castro y González (1998) afirman que, como objetivo primordial, el franquiciante debe tratar de producir ventajas competitivas que sean lo menos imitables posible, es decir, no ser copiadas por los competidores con facilidad.

Por último, el surtido indica la variedad de productos y servicios ofertados por el punto de venta. Deben ser homogéneos, completos y especializados. Una de las características principales de una franquicia es la especialización, la necesidad que satisface dicho servicio. La homogeneidad “tiene su reflejo en que exista armonía entre divisiones, secciones, familias, etc., que componen el surtido” (Díez de Castro y González, 1998, p.36).

El surtido debe ser completo por dos razones, para incrementar ventas y satisfacer al cliente. Un surtido completo lleva consigo todos aquellos productos complementarios y servicio accesorios que sean convenientes para los clientes que requieran dicho producto o servicio.

3.8.3 El *Know-how* o *Saivor-faire*

El saber - hacer es el componente clave del éxito comercial. A mayor o menor contenido del *know-how* y su acondicionamiento en la realidad se convierte en uno de los puntos valorativos de la cadena franquiciada (Raab y Metusky, 1999).

Como lo dicta el Reglamento 4087/88 de la Comisión Europea, el *saivor-faire* se entiende como la serie de manuales y documentos de informaciones prácticas no patentadas, resultantes de la experiencia, que transmiten los conocimientos de naturaleza técnica, financiera, comercial o administrativa, necesarios para garantizar el funcionamiento de la cadena. Este debe organizar una ventaja competitiva frente a los que no disponen del mismo, implica una exclusividad a la hora de la producción y venta del producto que crea consumidores fieles a la marca (Díez de Castro y González, 1998).

Un *know-how* adecuado debe contar con las siguientes características: Conjunto de conocimientos (saber), práctica (hacer), que sea transmisible, estandarizado, probado y experimentado con éxito, secreto, identificado, dinámico y original. Dentro de dichas características se encuentra el surtido adecuado, publicidad, técnicas, buena gestión, aprovisionamiento, entre otras.

Puede abarcar desde técnicas de fabricación y de venta hasta formas de cómo prestar el servicio (Raab y Metusky, 1999).

La transmisión del saber - hacer por medio de formación, asistencia y manuales requerirá de un tiempo relativo al contenido del mismo. De acuerdo con Córdova et al. (2002) algunos franquiciantes estiman que la transmisión del saber hacer requiere un periodo que oscila entre los tres y diez años. Por consiguiente, es preciso una formación y asistencia continuada que complete la formación y asistencia previa al inicio del contrato comercial.

Normalmente el *know-how* contiene: Conocimientos sobre estructuras organizativas, las técnicas de mercadeo, los planes financieros y contables; contiene formación del franquiciado para que sepa cómo cumplir las directrices del franquiciante, aunque se trata de formación continua, es de vital importancia que el franquiciado cuente con capacitación técnica antes de la apertura del establecimiento comercial por parte del franquiciante. Además, cuenta con asistencia técnica que se centra principalmente en la búsqueda del local, estudio de mercado y financiero previo a la apertura, publicidad y ayuda y seguimiento en la gestión (Díez de Castro y González, 1998).

Siendo este una de las piezas fundamentales de la franquicia, el saber - hacer debe ser mantenido en el tiempo por el franquiciante en las mismas condiciones que al momento de la firma del contrato, es decir, debe ser permanentemente competitivo lo que conlleva una constante actualización, autoevaluación e incorporación de técnicas con la finalidad de mejorar y optimizar el proceso comercial (Díez de Castro y González, 1998).

3.8.4 Exclusividad territorial

Refiere a un territorio, en el cual, el franquiciado tiene derecho a explotar su negocio, vendiendo sus productos y servicios (Díez de Castro y González, 1998). Una de las características principales de la franquicia es que el franquiciante concede al franquiciado un espacio geográfico o territorio de exclusividad. Según Raab y Metusky (1999) el franquiciante debe conocer las diferentes áreas territoriales que engloba su mercado para asignar a cada franquiciado la exclusividad de operar, sin competencia, en una zona determinada.

“El diseño territorial del franquiciante debe tener un horizonte temporal dilatado, es decir, que no requiera de modificaciones importantes durante un periodo de 5 a 10 años” (Díez de Castro y González, 1998, p. 48). No obstante, se ha comprobado que con el paso del tiempo es aconsejable un rediseño de las zonas territoriales. Dicha renovación es un proceso complejo para el franquiciante debido a que debe esperar a que finalice cualquier contrato con los franquiciados o renegociar con ellos las nuevas condiciones del acuerdo ya estipulado.

Es decir, es necesario entender la importancia de diseñar correctamente las áreas comerciales con la debida anterioridad a la apertura de la cadena. La exclusividad implica que el franquiciado y su establecimiento van a gozar de una distribución exclusiva, de esta manera, ser los únicos vendedores de ese producto o servicio en el territorio asignado (Raab y Metusky, 1999). Normalmente los franquiciados reciben la exclusividad territorial en su contrato, sin embargo, es necesario distinguir los dos tipos de concesiones: La parcial y la total (Díez de Castro y González, 1998).

La exclusividad total es la que se da en la mayoría de las franquicias. Es la más favorable para el franquiciado e implica que dispone del único establecimiento franquiciado de la zona y el único con la autorización de comercializar los productos y servicio de la marca. Por otra parte, existen franquiciados que solo gozan la exclusividad del punto de venta, es decir, el franquiciado no posee la exclusividad en la venta de productos, sino solamente de ser el único establecimiento franquiciado de la zona (Díez de Castro y González, 1998).

3.8.5 El contrato de franquicia

El elemento más importante de este sistema de negocios, reside en el contrato de franquicia. Acorde con Díez de Castro y González (1998), en este contrato se fijan las condiciones que se van a regir en las relaciones entre franquiciante y franquiciado. “Muchas veces se ha comparado la franquicia con un matrimonio, nosotros creemos que esta similitud no se corresponde con la realidad, ya que el franquiciante por naturaleza no es monógamo sino polígamo” (Díez de Castro y González, 1998, p. 36).

De acuerdo con Córdova et al. (2002) la inexistencia de una legislación específica es consecuencia de la novedad de esta forma comercial en Venezuela. Hay que recalcar que la no obligación del franquiciante y franquiciado a regirse a un contrato legal, presenta una ventaja en el sentido que, el contrato puede adaptarse a personas y situaciones, pero el principal inconveniente es la posición de superioridad que se presenta, del franquiciante frente al franquiciado y que frecuentemente, termina para el franquiciado en un contrato de adhesión, es decir, un contrato dictaminado por una de las partes.

Según Raab y Metusky (1999) las características o principios que deben incluir el contenido de este contrato se resume en los tres apartados: Equilibrado, completo y preciso. “El franquiciante nunca debe pensar que en esta asociación desempeña un papel superior al segundo” (Díez de Castro y González, 1998, p. 37). Esta relación entre ambas partes, franquiciante y franquiciado, debe tener una orientación clara de cooperación que se lleve a cabo mutuamente.

Por otro lado, de acuerdo con Raab y Metusky (1999) el contrato debe incluir y prever todas las circunstancias, situaciones y problemas posibles que puedan afectar directa o indirectamente la relación entre el franquiciante y el franquiciado. El contrato de franquicia se mantiene sobre el pilar de la mutua confianza, los contratantes deben esforzarse para evitar malentendidos. Sin embargo, la realidad muestra que los contratos de franquicia son básicamente contratos de adhesión, el franquiciante propone al franquiciado un contrato que firman todos los franquiciados, este último tiene dos opciones, o lo firma o no.

3.9 El sistema económico

Para darle solución a los problemas económicos de la sociedad, es decir, satisfacer las necesidades básicas, se desarrollaron a lo largo del tiempo ciertas reglas, procedimientos e instituciones, que impartieron una característica peculiar a la organización socioeconómica. Es así como Gonzales y Zavala (1987) definen el sistema económico como “la peculiar organización de las ideas, reglas, procedimientos e instituciones creadas por una sociedad para resolver el problema económico básico” (p. 46).

Sin embargo, lo que distingue a un sistema económico no son las funciones que desempeña, sino la forma o el modo adoptado para conseguir este fin (Gonzales y Zavala, 1987):

Hemos señalado, y deseamos hacer hincapié en ello, que el problema económico básico es común a todas las sociedades, pero que cada sociedad puede ingeniar modos distintos de resolverlo, y en esta medida podemos hablar de sistemas económicos distintos. (p. 47).

3.9.1 Ciclos económicos

En economía se denominan ciclos económicos o fluctuaciones cíclicas de la actividad económica a las oscilaciones recurrentes que experimenta el nivel general de actividad de un país, en las que una fase de expansión va seguida de otra de contracción. Cachanosky (2002) señala cuatro elementos clave involucrados en los ciclos económicos:

- ∟ *La recesión*: “Es la parte en la cual existe poca actividad de inversión y producción, desempleo y acumulación de inventarios que da como resultado inflación con estancamiento. Una crisis es una recesión particularmente abrupta. Si durante la recesión la economía cae por debajo del nivel mínimo de la recesión anterior, estamos frente a una contracción” (Cachanosky, 2002, pr. 53).
- ∟ *Depresión*: “Se caracteriza por un alto nivel de desempleo y una baja demanda de los consumidores en relación con la capacidad productiva de bienes de consumo. Durante esta fase los precios bajan o permanecen estables” (Cachanosky, 2002, pr. 53).
- ∟ *La inflación*: “Es el aumento de precios de bienes y servicios, frente a la misma capacidad de ingresos de las personas económicamente activas o la caída del poder adquisitivo frente al ofrecimiento de bienes y servicios” (Cachanosky, 2002, pr. 52).
- ∟ *Devaluación*: “Implica la caída en el valor de la moneda de un país en relación con otra moneda cotizada en los mercados internacionales, como el dólar estadounidense y el euro” (Cachanosky, 2002, pr. 52).

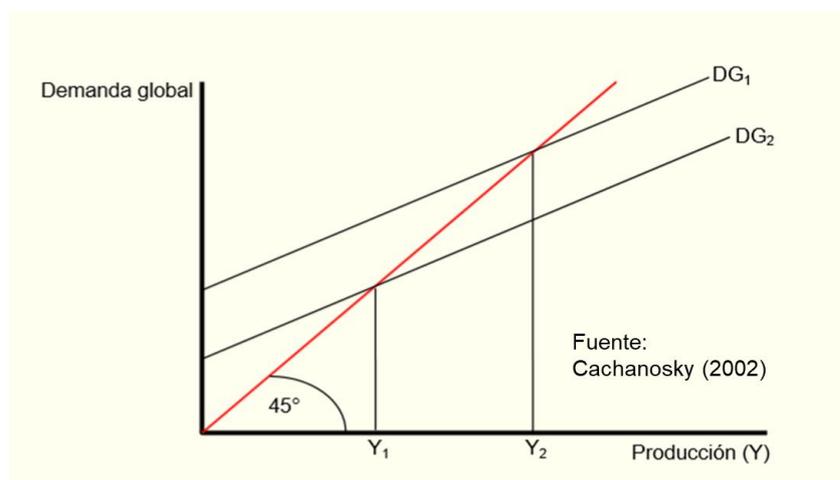
3.10 Crisis económicas: Causas y consecuencias

La explicación de las causas y consecuencias de las crisis económicas se pueden estudiar con la explicación keynesiana y los argumentos de Milton Friedman, según Cachanosky (2002).

Para Keynes citado por Cachanosky (2002), “el problema [de la crisis económica] es una caída en demanda global que proviene en última instancia de un incremento en la preferencia por la liquidez de los agentes económicos” (pr. 47).

El ahorro no invertido produce una caída en la demanda global, lo que trae como consecuencia que las empresas acumulen *stocks*, es decir, mercancía almacenada en espera de su comercialización. Esto obliga a las organizaciones bajar la producción para liquidar esos *stocks* que están por encima de los niveles deseados y que, por lo tanto, ocasiona el despido de los trabajadores. De esta manera se entra en un nivel de producción más bajo y la desocupación aumenta (Cachanosky, 2002). Brevemente, se explica el modelo de Keynes con el siguiente gráfico:

Gráfico N°1. Representación gráfica del modelo keynesiano



Si los agentes económicos aumentan su preferencia por la liquidez la demanda global cae, supongamos de DG_1 a DG_2 , esto hace que la producción baje de Y_2 a Y_1 . La caída en la producción hace disminuir la demanda de trabajo dando lugar a una desocupación.

Sin embargo, el modelo de Keynes sostiene que el motivo fundamental de los ciclos económicos es la fluctuación en la eficiencia marginal del capital, o rentabilidad del capital, es decir, las inversiones se deprimen y en consecuencia la demanda global tiende a bajar (Cachanosky, 2002).

Además, el modelo asume que hay capacidad de producción no utilizada y que los precios son los de producción. En esta situación, un aumento de demanda puede llevar a un incremento de la producción con un efecto mínimo sobre los precios. Adicionalmente se asume que tanto la inversión, los gastos de gobierno están determinados por factores externos al modelo. De esta manera: Cachanosky (2002) sostiene que:

La manera de solucionar el problema es con políticas económicas activas por parte del gobierno que estimulen un incremento en la demanda global. Estas políticas económicas activas pueden ser fiscales o monetarias dependiendo de si el gobierno modifica los impuestos y gasto público o el banco central adopta medidas para expandir la liquidez en el mercado con el objeto de bajar la tasa de interés. (pr. 52).

Demanda agregada vs rentabilidad esperada: Según Keynes citado por Cachanosky (2002) “el nivel de producción depende de la demanda agregada, a mayor demanda mayor producción y viceversa” (pr. 54). Cachanosky (2002) sostiene que las empresas no expanden o contraen su producción en función de la demanda global sino en función de la rentabilidad esperada. En este sentido, se tiene que:

- ∠ Un aumento de salarios, un mayor nivel de consumo, pero olvida que los salarios son también costos para las empresas.
- ∠ Otro tanto ocurre con el gasto público. Aumentar el gasto público para incrementar la demanda global implica un costo para las personas y las empresas. En el mejor de los casos un mayor gasto público desplaza demanda de unos mercados hacia otros.

- ∟ El Estado gasta en determinados bienes, pero como cada peso gastado es pagado por alguien en la sociedad, ese alguien se ve forzado a reducir su gasto. Es la rentabilidad esperada y no la demanda global la que impulsa la producción.

Por otro lado, Friedman citado por Cachanosky (2002) defiende una regla que implica un aumento de la oferta monetaria estable y que tienda a acompañar el crecimiento de la producción. Es decir, si la oferta monetaria crece a una velocidad superior a la del crecimiento de la producción los precios de los bienes y servicios aumentan, si crece más lento los precios se deprimen y se entra en recesión. Sin embargo, Cachanosky (2002), esboza que:

Hay que hacer una diferencia que Friedman parece pasar por alto. La contracción monetaria es la “consecuencia” y no la “causa” de la recesión. Una cosa es provocar una contracción monetaria y otra muy distinta que se hayan realizado inversiones que van a terminar en falta de liquidez en las empresas y que se trasladan a los bancos (pr. 88).

3.11 Comportamiento del consumidor

De acuerdo con Schiffman (1978), el comportamiento del consumidor es aquella conducta que los consumidores manifiestan al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que satisfagan sus necesidades.

El comportamiento del consumidor se enfoca en las actividades internas y externas del consumidor y su familia, y que los motiva a tomar decisiones para gastar sus recursos disponibles (Dinero, tiempo, recursos) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan.

3.11.1 Tendencias actuales en el comportamiento del consumidor

Schiffman (1978), sostiene que, a raíz del cambio de orientación de las ventas y producción hacia el consumidor, nacieron una serie de orientaciones en el comportamiento del consumidor clasificadas de la siguiente manera:

- ∠ *Mayor orientación hacia el valor:* Debido a distintas crisis que ha vivido el planeta a lo largo del tiempo, los consumidores se han vuelto sensibles a los precios, es decir, examinan los precios cuidadosamente tomando en cuenta el valor del producto con respecto a dinero que darán a cambio (Schiffman, 1978).
- ∠ *Más opciones a precios más bajos:* Poseer más información y buscar el valor de lo que se compra, obviamente ha causado que el consumidor busque más opciones con a la esperanza de encontrar precios más bajos (Schiffman, 1978).
- ∠ *Creciente acceso a la información:* El consumidor actual necesita más información antes de comprar, tiene más acceso a los medios que proveen información necesaria para conocer las características y funcionalidades de los productos del mercado de manera actualizada y rápida (Schiffman, 1978).

3.11.2 Tipos de decisiones de compra del consumidor

De acuerdo con Assael (1998), existen dos dimensiones que permite analizar el tipo de decisión de compra a la que se ajusta un producto o servicio. La extensión de la decisión que toma el consumidor, se refiere a las múltiples decisiones que un individuo toma hasta formar un hábito en su vida.

Acorde con Schiffman (1978) dichas alternativas se pueden presentar de dos maneras: Los consumidores basan sus decisiones en un proceso cognitivo basado en las opciones de marcas existentes en el mercado o el consumidor está satisfecho con una marca y la compra de manera consistente sin regirse por la actualidad o la moda.

De la combinación de estas dos variables se generan cuatro tipos de decisiones de compra, según Schiffman (1978):

- ∠ *Decisiones complejas:* cuando existe un alto grado de involucramiento y un proceso extenso de la información que se dispone. (medicinas, equipos médicos, computadoras, etc. (Schiffman,1978).
- ∠ *Decisiones limitadas:* Nivel de involucramiento bajo y no se tiene experiencia con el producto. La búsqueda de información es limitada y marcas reducidas (Schiffman,1978).

- ∠ *Lealtad a la marca*: Consecuencia de una compra satisfactoria repetidas veces. La búsqueda de información es escasa o nula ya que existe un fuerte compromiso con esa marca en particular (Schiffman,1978).
- ∠ *Inercia*: Se refiere a la decisión que toma el consumidor con un nivel de involucramiento bajo y sin búsqueda de información. Bien sea por tiempo o considera que no vale la pena buscar una marca alternativa (Schiffman,1978).

3.11.3 El proceso de compra

El proceso de toma de decisiones de compra, es un proceso complejo en el que interfieren varios factores. Este proceso no es percibido de manera consciente por el consumidor (Schiffman, 1978).

La importancia de las etapas del proceso de compra radica en saber exactamente cómo se comporta, cómo actúa y qué motiva a un individuo a escoger un producto por encima de otro. Por lo tanto, el proceso de compra es el proceso más importante en el comportamiento del consumidor (Assael,1998).

Assael (1998) establece cinco etapas que ocurren en este proceso:

- a) Reconocimiento del problema
- b) Búsqueda de información
- c) Análisis de información
- d) Acto de compra
- e) Utilización y análisis después de la compra

Es decir, el proceso de compra por parte del consumidor inicia cuando se reconoce que existe una necesidad y decide satisfacerla. Allí comienza el proceso de búsqueda de información correspondiente con su necesidad para posteriormente realizar el acto de compra. Finalmente, la utilización del producto después de la compra determinará qué tipo de consumidor se convertirá para dicha necesidad cuando vuelva a realizar esa compra.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Modalidad de la Investigación

De acuerdo a la clasificación de las Líneas de investigación para los Trabajos Finales de Concentración (2016), establecidas por la Escuela de Comunicación Social en la página web de la Universidad Católica Andrés Bello (<https://bit.ly/2IGKIIC>), la presente investigación responde a la modalidad de *Investigaciones documentales, descriptivas y explicativas*, ya que se busca analizar el impacto de la crisis económica en Venezuela y sus efectos comerciales sobre el sistema de franquicias del país durante el periodo 2015 – 2019.

Según lo reflejado en el listado, dichas líneas de investigación buscan “favorecer el espacio para la discusión, validación y proposición de proyectos de investigación desde el punto de vista metodológico y de contenido” (Universidad Católica Andrés Bello, obtenido de la web <https://bit.ly/2IGKIIC>, 2016, p.1).

4.2 Tipo de Investigación

Con base en lo explicado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) acerca de los tipos de estudios que existen, los autores de este trabajo de investigación consideran que su estudio se enmarca dentro del alcance descriptivo, definidos como aquellos que “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

Los estudios de alcance descriptivo “pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.92). Por esta razón, la presente investigación busca precisar las dimensiones de un fenómeno, contexto o situación, y así llegar al objetivo principal planteado que es Analizar las causas de la crisis económica en Venezuela y sus efectos en el sistema de franquicias del país durante los últimos cinco años (2015 – 2019).

4.3 Definición de Variables

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 105).

La primera condición de un experimento es la manipulación voluntaria de una o más variables, los cuales adquieren diversos valores respecto a los fenómenos, objetos y hechos referidos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Por su parte, Arias (2012) sostiene que “la variable es una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación” (p. 57).

Estas se pueden clasificar según su función en una relación causal como variable independiente, fenómeno que tiene la capacidad de influir, incidir o provocar un efecto sobre una o más variables dependientes (Arias, 2012).

Se definen las siguientes variables para el presente trabajo de investigación:

- **Causas que detonaron la crisis económica:** Aquellos agentes económicos que inciden sobre la actividad general de un país debido al estancamiento productivo y de inversión (Elaboración propia, 2019).
- **Efectos comerciales en el sistema de franquicias:** Aquellos efectos en materia económica, fiscal y monetaria que impactan sobre el sector franquicias, y que a la larga se convierten en desafíos para los principales actores que operan bajo esta fórmula (Elaboración propia, 2019).
- **Opciones de los franquiciados para enfrentar los retos:** Se refiere a las diferentes alternativas que puede implementar el franquiciado para aumentar la probabilidad de éxito de su negocio: know-how, publicidad, estudio de mercado, técnicas operativas, entre otros (Elaboración propia, 2019).

4.4. Tabla N°3 Operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Sub-indicador	Ítems	Fuentes
Identificar las causas que detonaron la crisis económica en Venezuela durante el período analizado.	Causas que detonaron la crisis	Son todos aquellos agentes económicos o fluctuaciones cíclicas que impactan sobre la actividad general de un país durante un periodo determinado o recurrente producto de la poca inversión, el desempleo y la acumulación de desbalances internos. Sin bien, cada sociedad aplica diferentes métodos para resolverlo, pero la mejor forma de solucionarlo es a través de políticas económicas activas y consistentes que estimulen un incremento en la demanda y que alienten la inversión y la producción (Elaboración propia, 2019).	Políticas económicas	Regulaciones legales	Impuestos	12. Instrumento N°II.	Entrevista
					Importación	13. Instrumento N°II.	
				Promulgación de leyes	Ley que establece el impuesto al valor agregado. Artículo 61 (2017).	12. Instrumento N°II.	
					Ley constitucional de precios acordados. Artículo 10 (2017)	11. Instrumento N°II.	
				Control de Cambio	Sicad 1 (2015)	9. Instrumento N°I. 10. Instrumento N°II.	
					Sicad 2 (2015)		
					Simadi (2016)		
					Dicom (2017 - 2019)		

Fuente: Elaboración propia (2019)

4.4. Tabla N°4 Operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Sub-indicador	Ítems	Fuentes
Identificar los efectos comerciales en el sistema de franquicias del país en términos de cierre de operaciones de algunas marcas.	Efectos comerciales en el sistema de franquicias	Se refiere a todos aquellos efectos en materia económica, fiscal y monetaria que impactan sobre el sector franquicias, y que a la larga se convierten en desafíos para los principales actores que operan bajo esta fórmula (Elaboración propia, 2019).	Contracción económica	Impacto	Escasez de materia prima	4. Instrumento N°I.	Cuestionario
					Incremento en costo de producción	4. Instrumento N°I.	
					Calidad	4. Instrumento N°I.	
					Cierre Parcial	5, 6. Instrumento N°I.	
					Cierre Total	5, 6. Instrumento N°I. 9. Instrumento N°II.	
				Regulaciones legales	Permisos aduaneros	13. Instrumento N°II.	Entrevista
					Sanciones internacionales	14. Instrumento N°II.	
				Inversionistas	Desmotivación	7. Instrumento N°I. 16, 17, 18. Instrumento N°II	

Fuente: Elaboración propia (2019)

4.4. Tabla N°5 Operacionalización de variables

Objetivo	Variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Sub-indicador	Ítems	Fuentes
Conocer las opciones de los franquiciados para enfrentar los retos que impone la necesidad de reinventarse en tiempos difíciles.	Opciones de los franquiciados para enfrentar los retos	Se refiere a las diferentes alternativas que puede implementar el franquiciado para aumentar la probabilidad de éxito de su negocio: know-how, publicidad, estudio de mercado, técnicas operativas, entre otros (Elaboración propia 2019).	Opciones	Acciones	Más publicidad	10. Instrumento N°I. 20. Instrumento N°II.	Cuestionario
					E-commerce		
					Disminución de puestos de trabajo		
					Inversión en Tecnología		Entrevista
					Equipamiento en dólares		
					Cierre Parcial		

Fuente: Elaboración Propia (2019)

4.5 Población, Unidad de Análisis, Muestra

4.5.1 Población

“Se procede a delimitar claramente la población, con base en los objetivos del estudio y en cuanto a características de contenido, de lugar y de tiempo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.190).

En este estudio, la población que se investigará estará integrada por las franquicias que operan en Venezuela.

4.5.2 Unidad de análisis

“Se debe plantear es sobre qué o quiénes se van a recolectar los datos, lo cual corresponde a precisar la unidad de análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.190).

En el presente trabajo es preciso establecer las unidades de análisis con la finalidad de estudiar lo planteado en los objetivos de la investigación, las mismas estarán conformadas por los negocios franquiciados que operan en el Distrito Capital. De los cuales se mencionan:

- Full Pizza
- Churromanía
- Pastas Fratelli
- Papa John's
- Subway
- McDonald's
- Arturo
- Domino's Pizza
- Burger King
- Century 21
- Tiendas Montana
- Salvador Peluquerías
- Doctor Yaso

- Farmacias Saas
- Emprendo Más
- Quick-Press
- Chip-a-cookie
- Mega Byte
- Only for men Barbería
- Ciudad Postal

Por otro lado, el equipo de investigación desarrollará una entrevista a informantes expertos, el cual se basará en el cargo y experiencia que tenga cada persona. Se utilizará como premisa el hecho de que estos expertos manejan a diario, y conocen el desarrollo y evolución de temas relacionados con el sistema de franquicias, por lo que será posible conocer importantes aspectos a través de la entrevista semi-estructurada.

De esta forma, las unidades de análisis están conformadas por los miembros de la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias). Es decir:

- Presidente de la Junta Directiva de Profranquicias.
- Vicepresidentes de Profranquicias.
- Director Ejecutivo de Profranquicias.
- Miembros de la Junta Directiva de Profranquicias.

4.5.3 Muestra

“Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de esta” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.173).

La muestra seleccionada para la investigación corresponde al número de individuos que se les va a aplicar el instrumento de recolección de datos seleccionado, es decir, la encuesta.

4.6 Técnicas de Recolección de Datos

4.6.1 Entrevista

La entrevista es “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)”, (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 403).

Al tomar como base los objetivos del presente trabajo, se seleccionó como uno de los instrumentos de medición la técnica de la entrevista semi-estructurada. Se utilizó este instrumento porque “aun cuando existe una guía de preguntas, el entrevistador puede realizar otras no contempladas inicialmente. Esto se debe a que una respuesta puede dar origen a una pregunta adicional o extraordinaria” (Arias, 2012, p. 74).

De esta forma, el protocolo de preguntas dependerá de la informalidad de cada caso y de la naturalidad con la que se desarrolle la conversación. Se buscará que los expertos desarrollen todos los puntos que consideren necesarios una vez conocido el objetivo de la entrevista y la investigación. Además, este instrumento de medición a utilizar “se caracteriza por su profundidad, es decir, indaga de forma amplia en gran cantidad de aspectos y detalles” (Arias, 2012, p.72).

4.6.2 Cuestionario

Para Chasteauneuf (2008) cp. Hernández, Fernández y Baptista (2014) “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p.249). Por su parte, Arias (2012) señala que el cuestionario:

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (p.74).

Para este estudio, se aplicará un cuestionario de manera virtual gracias a la herramienta denominada Formularios de Google.

4.7 Confiabilidad del Instrumento

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la confiabilidad se refiere “al grado en el que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto con resultados iguales” (p.200).

Implica que el instrumento arroje resultados coherentes y consistentes para ser aplicado al mismo sujeto u objeto en varias ocasiones. Es decir, la confiabilidad será mayor en la misma medida en que los resultados sean iguales en las distintas veces que sea aplicado el instrumento (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.8 Validación del Instrumento

Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “la validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 200).

Los instrumentos fueron revisados el día 16 de mayo de 2019 por el profesor Santiago Sosa, quien es Licenciado en Economía por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). En la actualidad, labora como investigador del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales y es profesor de Microeconomía IV en la UCAB. A partir de las observaciones del experto, se realizaron los ajustes correspondientes a la entrevista y al cuestionario diseñado. Al momento de validar el instrumento relacionado a la entrevista. Santiago Sosa añadió lo siguiente:

- ∠ Respecto a la pregunta número 7: *Desde 2015 en adelante, ¿qué cambios en términos de porcentaje percibió el sistema de franquicia en Venezuela?* Sosa señaló que debía contemplar el tipo de cambio que se está haciendo referencia.
- ∠ En relación con la pregunta número 14: *¿En qué aspectos generan mayores riesgos las sanciones internacionales en Venezuela sobre el sistema de franquicias?* El experto consideró reformular la pregunta hacia *¿cómo afectan las sanciones internacionales en Venezuela al sector franquicia?*
- ∠ Referente a la pregunta número 19: *La devaluación de la moneda, a inicios de 2013, ha demostrado sus principales consecuencias. Además de la elevada inflación, ¿qué debe hacer el sector franquicia para mantenerse operando en Venezuela?* El validador opinó que la pregunta no está lo suficientemente clara, por lo que consideró modificarla: *Además de la elevada inflación, ¿qué otros factores han impactado sobre el sector franquicia en Venezuela durante los últimos 5 años?*

Luego, el experto procedió a validar las preguntas del cuestionario dirigido a los franquiciados en Venezuela. Señaló en las interrogantes 11, 12 y 13, que debía agregarse una opción de “incierto” o “no se sabe”, ya que posiblemente al hacerse una proyección no se tienen los balances reales necesarios para desarrollar un análisis.

4.9 Procedimiento

La recolección de datos por medio de los instrumentos elaborados se realizó el domingo 19 de mayo de 2019. El mismo día a las 7 pm se entrevistó vía WhatsApp a Alejandro Vivas, presidente de la Junta Directiva de la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias).

El día 31 de mayo de 2019 a las 11 am se entrevistó en persona a Simón Mila de la Roca, miembro de la Junta Directiva de Profranquicias, donde contestó cada una de las preguntas. Dos días después, es decir, el domingo en la noche, se entrevistó vía WhatsApp a Wallys Rodríguez, miembro de la Junta Directiva de Profranquicias. Luego, se procedió a vaciar los datos y analizarlos posteriormente.

Por otra parte, el cuestionario se hizo llegar vía correo electrónico a través de la aplicación Google Form a más 15 negocios franquiciados en Venezuela desde la última semana de mayo. También, con la ayuda de Daniela Brandt, actual directora ejecutiva de Profranquicias, la encuesta fue compartida a la Junta Directiva vía grupo de WhatsApp.

4.9.1 Limitaciones

Durante el proceso de entrevistas, los investigadores intentaron contactar a los dos vicepresidentes de Profranquicias, es decir, a Carlos Núñez Parodi y Diego Benítez, director comercial de Century 21 en Venezuela. Sin embargo, en vista de que se encontraban fuera del país no se concilió el contacto.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo muestra el análisis de los resultados que se obtuvieron tras la aplicación de los instrumentos de recolección de datos previamente definidos por los investigadores, con la intención de analizar las causas de la crisis económica en Venezuela y sus efectos en el sistema de franquicias del país durante los últimos cinco años (2015-2019).

A continuación, se exponen los modelos diseñados para vaciar los resultados obtenidos del cuestionario (Instrumento N° I) y la entrevista (Instrumento N° II).

En cuanto al instrumento N° I, los datos obtenidos fueron vaciados desde el programa Google Forms a Excel 2010. Luego, se creó una tabla en Excel con las frecuencias y se calculó cada porcentaje mediante la fórmula que tiene el programa. Posteriormente, se interpretaron y se analizaron dichos resultados.

En el instrumento N° II, se vaciaron las respuestas obtenidas de todos los entrevistados en la Matriz descriptora de resultados.

5.1 Modelo de matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° I

Tabla N°6: Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N°I.

Ítem	Frecuencia	%	% Válido
Perdido			
Total			

Fuente: Elaboración propia (2019)

5.2 Interpretación de los resultados a partir de la matriz descriptora de datos, del instrumento N° I

Pregunta 1: ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela?

Tabla N°7: ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela?

¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Extremo	9	32,14	32,14
Grave	10	35,71	35,71
Inestable	7	25,00	25,00
Mayor	2	7,14	7,14
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

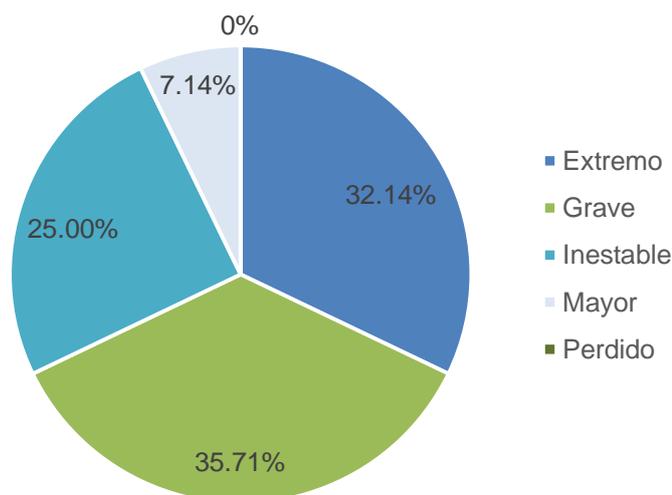


Gráfico N°2: ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela?

De los negocios franquiciados, el (35,71%) equivalente a 10 encuestados, indicaron que la situación económica en Venezuela se encuentra grave, al igual que 9 franquicias (32,14%) consideraron que es extremo. En tanto que, 7 negocios (25,00%) reflejaron que es inestable y otras 2 franquicias (7,14%) lo consideran mayor.

Pregunta 2: ¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?

Tabla N°8: ¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?

¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
No	1	3,57	3,57
Sí	27	96,43	96,43
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

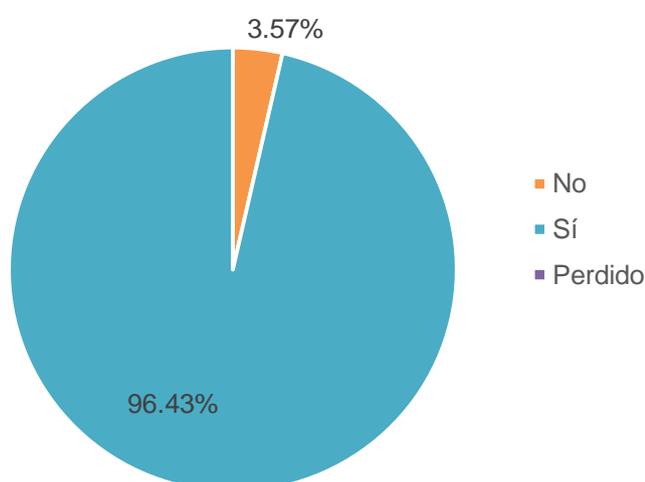


Gráfico N°3: ¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?

27 franquicias (96,43%) consideraron que el país atraviesa por una crisis política y económica. Mientras que solo 1 franquicia (3,57%) dijo que no.

Pregunta 2.1: Justifique su respuesta anterior

Tabla N°9: Justifique su respuesta anterior

Los investigadores establecieron criterios de análisis con el fin de agrupar las justificaciones de los encuestados (Justificación Económica, Justificación Social, Justificación Política).

¿Considera que el país atraviesa por una crisis política y económica?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Justificación Económica			
Crisis es igual a desestabilización en todos los sentidos. Venezuela está pasando por la peor situación en su historia.	1	3,57	3,57
Debido a los problemas derivados del control de precios y de cambios, la escasez, la inflación y el nulo acceso a las divisas.	1	3,57	3,57
Destrucción del aparato productivo del país, no acceso a divisas, escasez	1	3,57	3,57

Es evidente, la política monetaria es inexistente, el déficit fiscal es inmenso, la demanda se encuentra en niveles impensables en el pasado, el poder adquisitivo de la población es de miseria y no existe capacidad de pago de sus compromisos internacionales.	1	3,57	3,57
Existe crisis porque no producimos nada. No hay rentabilidad para producir por barreras que nos exige el gobierno.	1	3,57	3,57
La dependencia de las importaciones, la caída del precio y la producción de crudo llevaron al gobierno a reducir drásticamente las capacidades de inversión y producción, generando así una escasez severa de alimentos, medicinas y materias primas; lo que sucumbe en una crisis.	1	3,57	3,57
La economía en Venezuela ha venido manifestando niveles dramáticos en los últimos años.	1	3,57	3,57
La escasez de materia prima	1	3,57	3,57
Lo que debemos estudiar realmente es la causa de la crisis: disminuyeron de manera dramática los ingresos de Venezuela, el déficit fiscal es inmenso y la crisis en la balanza de pagos (las transacciones con el resto del mundo) es evidente.	1	3,57	3,57

Por la inflación	1	3,57	3,57
Por las ventas, años atrás esto era un negocio que de verdad daba ganancias, ahora no hacemos ni un cuarto de eso	1	3,57	3,57
Porque todo aumenta cada fin de semana.	1	3,57	3,57
Primeramente, porque no hay una estabilidad económica como tal. Siempre suben los precios, mercancía y materia prima. Segundo, política, porque no tenemos a alguien que rija todas esas necesidades que tiene la sociedad	1	3,57	3,57
Justificación Social			
Es tácito por la situación país, la crisis, entre otras cosas que está viviendo el país.	1	3,57	3,57
Ese escenario se completa con elementos como la falta de efectivo, el difícil acceso a puntos de ventas y un consumidor que necesita 25 salarios mínimos para adquirir la canasta básica alimentaria	1	3,57	3,57
Los indicadores económicos son evidentes en recientes publicaciones del BCV, pero el impacto lo sentimos los venezolanos día a día. De la crisis política ni hablar 2 presidentes, 2 asambleas, los gobernadores opositores tienen un Protector puesto por el ejecutivo, elecciones cuestionadas entre otros	1	3,57	3,57
Por la cantidad de clientes que tengo ahora, prácticamente no vendo nada	1	3,57	3,57

Por las condiciones socioeconómicas por las que atravesamos. Es una crisis porque estamos pasando por un caos estructural.	1	3,57	3,57
Por todo lo que estamos viviendo. Todo está inestable. Todos los días algo nuevo.	1	3,57	3,57
Por todo lo que vive día a día el venezolano	1	3,57	3,57
Siempre hay una incertidumbre de lo que pueda ocurrir	1	3,57	3,57
Justificación Política			
Hay una grave crisis producto de la conjugación de hiperinflación, empobrecimiento masivo, usurpación del poder político y el Estado convertido en un opresor, sustento de la tiranía.	1	3,57	3,57
Las personas encargadas de gobernar no hacen un buen trabajo, ocasionando problemas a todos.	1	3,57	3,57
Mala gerencia en los recursos económicos del país.	1	3,57	3,57
Yo diría que el grado de gravedad o profundización de esta crisis dramática que estamos viviendo, realmente se ha debido a esta revolución fatídica en la que hemos caído en estas dos últimas décadas.	1	3,57	3,57
Perdido (En blanco)	3	10,71	10,71
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

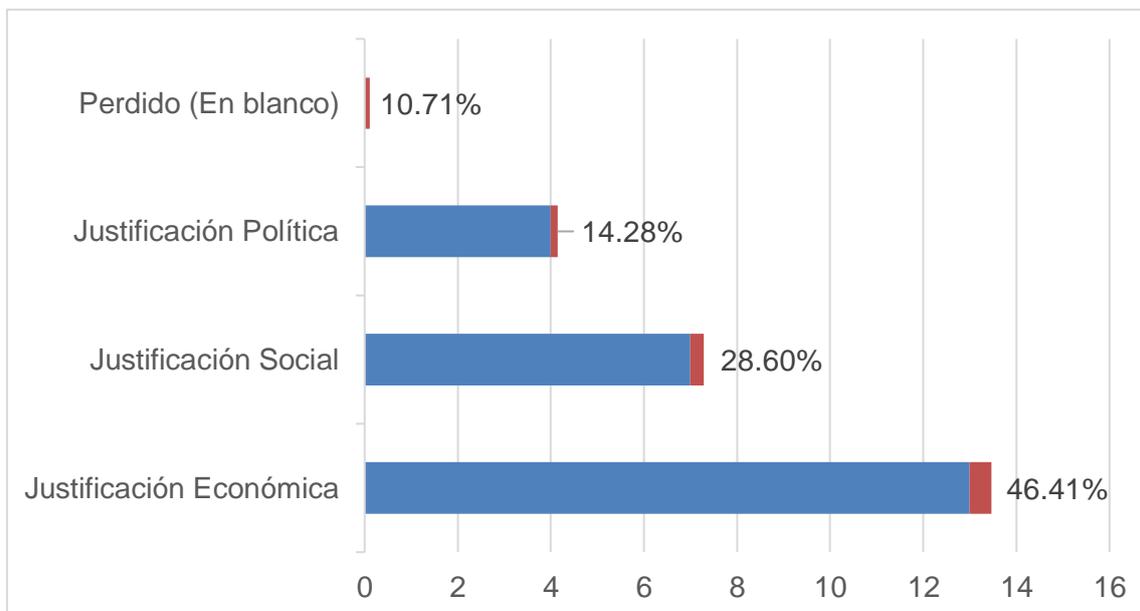


Gráfico N°4: Justifique su respuesta anterior

En cuanto a las justificaciones en materia económica, 13 franquicias (46,41%) hicieron referencia a la crisis económica como consecuencia de distintos problemas derivados de la inflación, la escasez de productos básicos y materia prima, difícil acceso a las divisas y a puntos de ventas, caída de los precios del petróleo, así como la incapacidad de pagar las deudas internacionales que ha desencadenado en una hiperinflación, el desestímulo en la producción y la inversión, desestabilización en los precios, déficit fiscal, bajo poder adquisitivo, dependencia en las importaciones, baja rentabilidad de los ingresos, falta de efectivo.

Por otro lado, las justificaciones de índole social (28,60%) estuvieron orientadas a las dificultades que día a día afronta el venezolano para sobrevivir la crisis política y económica.

A partir de las respuestas de carácter político (14,28%), los encuestados argumentaron con base en las maquinaciones del Estado para mantenerse operando en el país.

Pregunta 3: ¿Cómo impacta el desempeño económico de la nación al sistema de franquicia?

Tabla N°10: ¿Cómo impacta el desempeño económico de la nación al sistema de franquicia?

¿Cómo impacta el desempeño económico de la nación al sistema de franquicias?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Extremo	2	7,14	7,14
Grave	5	17,86	17,86
Mayor	5	17,86	17,86
Moderado	1	3,57	3,57
Muy Grave	9	32,14	32,14
Significativo	6	21,43	21,43
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

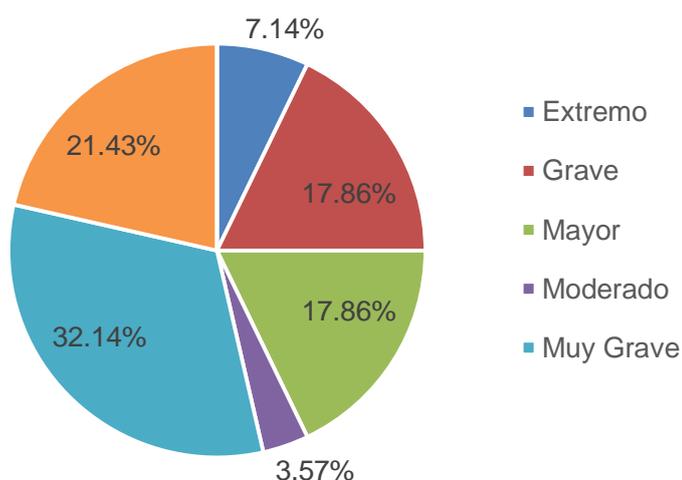


Gráfico N°5: ¿Cómo impacta el desempeño económico de la nación al sistema de franquicia?

9 sujetos (32,14%) de los encuestados, indicaron que el sistema de franquicia se ha visto muy gravemente impactado por el desempeño económico del país. Mientras que 6 franquiciados (21,43%) señalaron que ha sido significativo el impacto. A su vez, 5 negocios (17,86%) respondieron que ha sido grave y otros 5 (17,86%) mayor.

2 sujetos (7,14%) indicaron que era extremo y 1 (3,57%) moderado.

Pregunta 4: *¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?*

Tabla Nº11: *¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?*

¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicias durante los últimos 5 años?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Hiperinflación, Costo de Producción, Calidad, Vialidad, Éxodo de empleados, Controles de precio	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Costo de Producción, Controles de precio	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Costo de Producción, Importación, Controles de precio	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Calidad, Viabilidad, Controles de precio	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Calidad, Éxodo de empleados, Controles de precio	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Calidad, Vialidad, Éxodo de empleados, Importación, Controles de precio, Todas las anteriores	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Éxodo de empleados	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Éxodo de empleados, Importación, Controles de precio	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Importación	1	3,57	3,57
Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Importación, Controles de precio	1	3,57	3,57

Hiperinflación, Desabastecimientos, Costo de Producción, Vialidad, Éxodo de empleados, Controles de precio	1	3,57	3,57
Todas las anteriores	16	57,14	57,14
Perdido	1	3,57	3,57
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

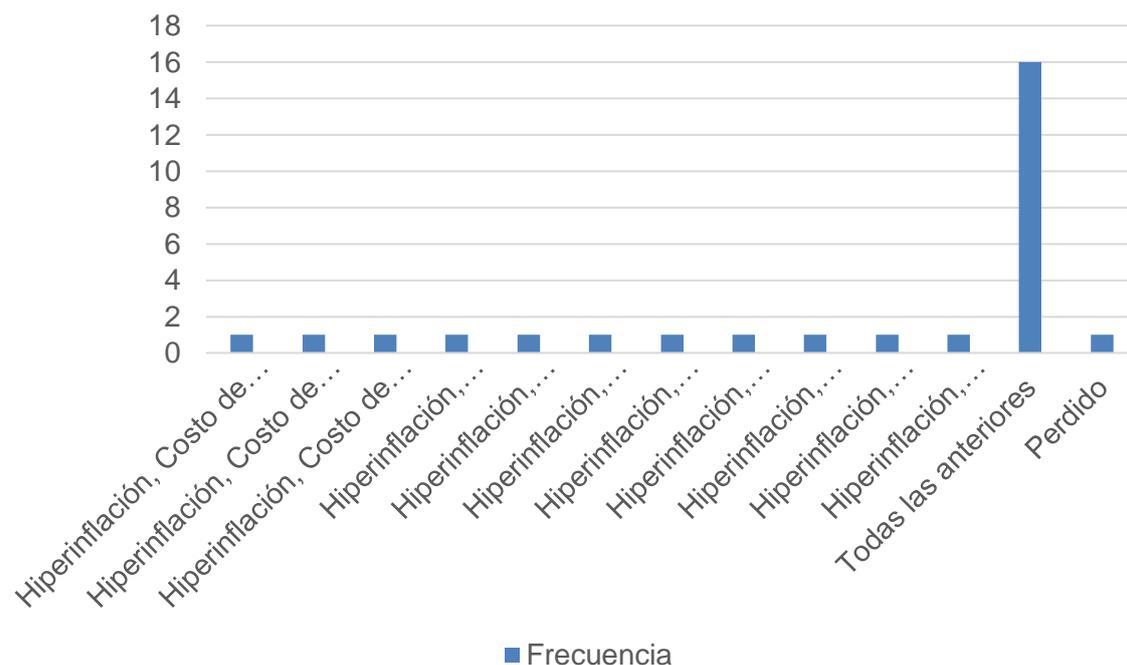


Gráfico N°6: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?

A partir de las opciones que refleja la pregunta de selección múltiple, los datos estudiados arrojan que 16 negocios franquiciados (57,14%) indicaron que todas las opciones anteriores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años. En tanto que el resto de los encuestados (39,29%), equivalente a 12 personas, señalaron diversos factores. 1 participante (3,57%) no respondió.

Pregunta 4.1: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?

Tabla N°12: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicia durante los últimos 5 años?

¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicias durante los últimos 5 años?	Frecuencia (Por selección)	%
Hiperinflación	12	42,86
Desabastecimientos	9	32,14
Costo de Producción	11	39,29
Calidad	4	14,29
Vialidad	3	10,71
Éxodo de empleados	7	25,00
Importación	5	17,86
Controles de precio	10	35,71
Todas las anteriores	16	175,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

Nota: En vista de que los encuestados seleccionaron múltiples opciones en función de la pregunta, los porcentajes no concuerdan con el 100% del estudio ya que no fue calculado con base en la totalidad de la muestra, es decir, de los 28 encuestados.

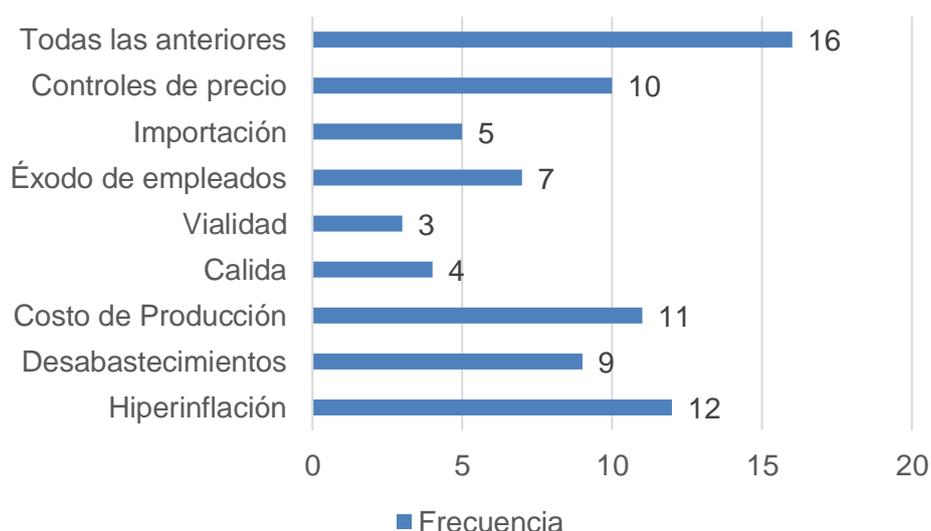


Gráfico N°7: ¿Cuáles de los siguientes factores han impactado sobre el sistema de franquicias durante los últimos 5 años?

Cabe destacar que los ítems de múltiples respuestas dieron como resultado una diversidad de factores por los cuales las franquicias se basaron para señalar el impacto sobre el sistema de franquicias, lo que para el (175,00%), equivalente a 16 franquicias precisaron, todas las opciones anteriores.

Sin embargo, se observa que el (39,29%) de los encuestados, equivalente a 12 personas, consideraron que la hiperinflación (42,86%), los costos de producción (39,29%), los controles de precios (35,71%), desabastecimientos (32,14%) y el éxodo de empleados (25,00%) son los principales factores que han impactado sobre el sistema de franquicias durante los últimos 5 años.

Al igual que un porcentaje de (17,86%) correspondiente a las importaciones, (14,29%) calidad y (10,71%) vialidad. Es decir, se evidencia menos preferencia por estos factores.

Pregunta 5: *El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?*

Tabla N°13: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?

A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso de cerrar sus negocios?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
No	2	7,14	7,14
Sí	26	92,86	92,86
Perdido	0	0,00	0,00
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

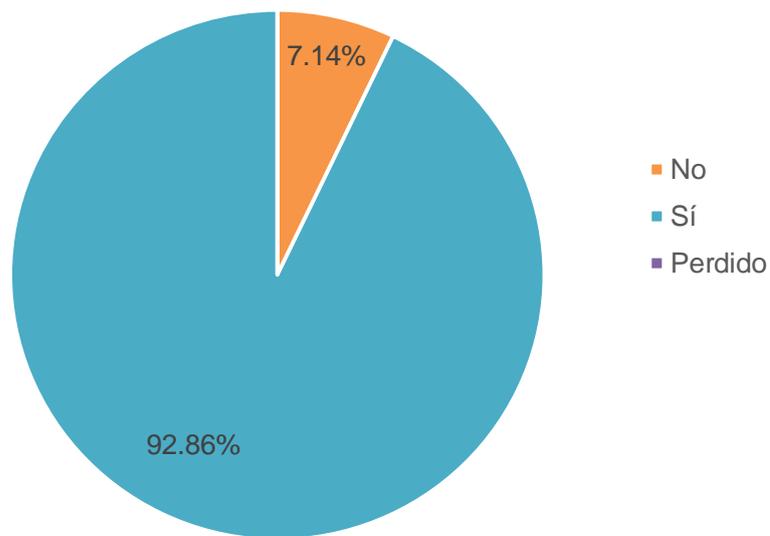


Gráfico N°8: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?

De los 28 encuestados, 26 franquiciados (92,86%) sí consideraron que el sector franquicia esté experimentando la misma situación de cerrar locales comerciales en Venezuela producto de la crisis económica. Mientras que el (7,14%), equivalente a 2 negocios, respondieron con la opción No.

Pregunta 5.1: Argumente su respuesta anterior

Tabla N°14: Argumente su respuesta anterior

Los investigadores establecieron criterios de análisis con el fin de agrupar las justificaciones de los encuestados (Crisis Económica, Crisis Política, Operaciones).

A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso de cerrar sus negocios?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Crisis Económica			
Actualmente aplican cierres totales de los negocios por la situación país muy inestables	1	3,57	3,57
Como resultado de la disminución de la demanda total y las tasas negativas en el crecimiento.	1	3,57	3,57
Con todos los pronósticos negativos, ¿cómo no cerrar?	1	3,57	3,57
Debido a la caída de las ventas los comerciantes no pueden cubrir los incrementos salariales y los nuevos impuestos.	1	3,57	3,57
El proceso hiperinflacionario por el que atraviesa Venezuela ha obligado a más de un empresario y comerciante del país a cerrar sus empresas y negocio	1	3,57	3,57
El sector privado adolece los efectos de la crisis, y es una lamentable opción para las empresas abandonar todo su esfuerzo y dedicación de salir adelante con sus negocios.	1	3,57	3,57

En los últimos años ha sido notorio el cierre de algunos establecimientos a nivel nacional y eso es preocupante.	1	3,57	3,57
La escasez y falta de acceso a divisas hace más costosa la materia prima y reposición de inventario	1	3,57	3,57
Por supuesto que sí, en Venezuela hay marcas que han cerrado el 50 de sus locales comerciales	1	3,57	3,57
Sí impacta porque primero no hay mercancía. Segundo, por toda la situación que se está viviendo en el país, más que todo con la luz y el agua. Muchas tiendas tienen que cerrar por eso. Nosotros nos pasó que tuvimos que cerrar una tienda en Maracaibo.	1	3,57	3,57
Una parte de las empresas que ha cerrado lo ha hecho no por falta de materia prima o por controles, sino por falta de mercado, por el empobrecimiento tan dramático que ha causado la hiperinflación.	1	3,57	3,57
Ya no importa cuál sea el rubro, tamaño de la empresa o el tiempo de experiencia. Todos los empresarios corren los mismos riegos en un suelo económico tan inestable como el que pisan en Venezuela.	1	3,57	3,57
Crisis Política			
La franquicia es un modelo de negocio que no se excluye de reformas económicas hechas por el gobierno	1	3,57	3,57
Mientras no se produzca un cambio estructural en la política económica, esta nación no tendrá acceso a recursos frescos, tanto de carácter humanitario como de reestructuración de la deuda.	1	3,57	3,57

Operaciones			
Afortunadamente, estamos operativos, pero sí vemos algunos negocios que cierran.	1	3,57	3,57
Algunas empresas franquiciantes y franquiciadas han cerrado operaciones por ser insostenibles.	1	3,57	3,57
De hecho, hay franquicias que han reducido su tamaño	1	3,57	3,57
En el caso de nuestra franquicia no ha sido así.	1	3,57	3,57
Es el mismo caso para todo el sector privado, y las franquicias entran allí.	1	3,57	3,57
Es lamentable ver que los empresarios no se sienten en la esperanza de continuar.	1	3,57	3,57
Estuvimos a punto de cerrar nuestro local.	1	3,57	3,57
La compañía ha cerrado tiendas y vemos cómo las demás están cerrando también.	1	3,57	3,57
Lo vemos cada vez que cierra un negocio en el centro comercial	1	3,57	3,57
Nosotros como compañía hemos cerrado varios locales a nivel nacional, por lo mismo de que no se sustentan con lo que venden, cierran.	1	3,57	3,57
Si bajan las ventas y no hay ganancias, cerrar es la única opción viable	1	3,57	3,57
Perdido (en blanco)	2	7,14	7,14
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

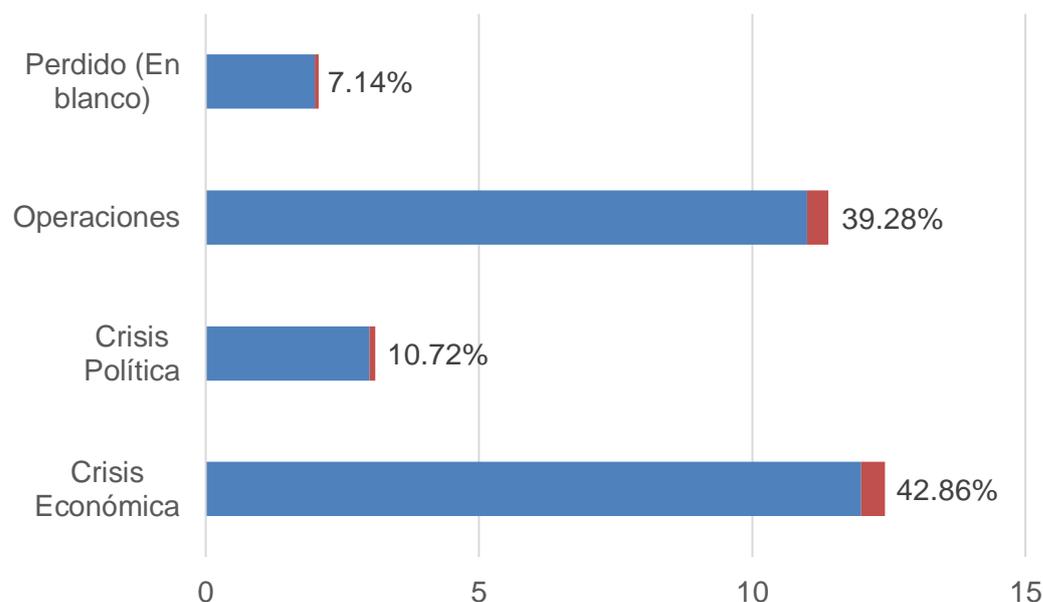


Gráfico N°9: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso?

Desde las percepciones de carácter económico, el (42,86%) de los encuestados, equivalente a 12 unidades franquiciadas, indicaron que el cierre de franquicias es consecuencia de la disminución de la demanda total y de la inestabilidad económica que presenta tasas negativas en el crecimiento, lo que da como resultado caída en las ventas, falta de mercado, desabastecimiento, empobrecimiento, incapacidad de cubrir los incrementos salariales y los nuevos impuestos, dificultad en adquirir materia prima y reponer el inventario.

El (39,28%), equivalente a 11 franquicias, explicaron que las franquicias se han visto influidas en cerrar sus operaciones, a su vez que han reducido su tamaño por la inestabilidad económica y algunas de ellas manifestaron “estar a punto de cerrar”. Aquellas que aún siguen operativas, revelaron que la red de franquicia, el cual pertenecen, ha cerrado algunos negocios a nivel nacional, también manifestaron saber de negocios que han cerrado sus locales en los centros comerciales del Distrito Capital.

Quienes asumen una opinión de criterio político, correspondiente al (10,72%) de los franquiciados, consideraron que mientras no se cambie el modelo político y económico, el sector seguirá experimentando la misma situación.

Pregunta 6: Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿de qué manera los franquiciados cree que están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela?

Tabla N°15: Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿de qué manera los franquiciados cree que están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela?

¿De qué manera cree que los franquiciados están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
De forma parcial	14	50,00	50,00
De forma parcial, De forma total	4	14,29	14,29
De forma total	9	32,14	32,14
Perdido (en blanco)	1	3,57	3,57
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

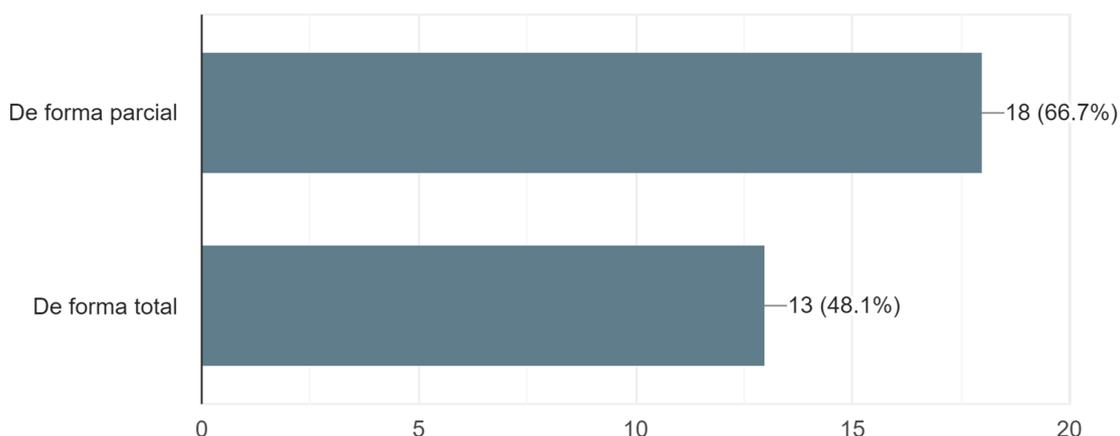


Gráfico N°10: Si la respuesta anterior fue afirmativa, ¿de qué manera los franquiciados cree que están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela?

14 franquicias (50,00%) consideraron que los franquiciados en Venezuela están tomando la decisión de cerrar sus negocios de forma parcial. Mientras que 9 de los encuestados (32,14%) creen que están cerrando de forma total. Además, se evidencia un porcentaje (14,29%) equivalente a 4 franquicias, cuyas respuestas fueron ambas opciones. En tanto, 1 participante (3,57%) no respondió.

Pregunta 7: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?

Tabla N°16: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?

A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
No	9	32,14	32,14
Sí	19	67,86	67,86
Perdido	0	0,00	0,00
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

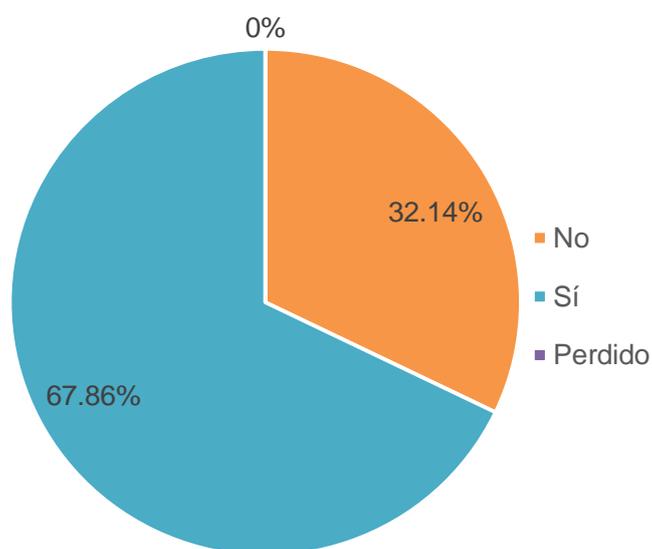


Gráfico N°11: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?

De los 28 encuestados, 19 franquicias (67,86%) sí recomendaron invertir en Venezuela. Mientras que el (32,14%), equivalente a 9 franquicias, no lo recomiendan.

Pregunta 7.1: Justifique su respuesta anterior

Tabla N°17: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?

Los investigadores establecieron criterios de análisis con el fin de agrupar las justificaciones de los encuestados (Positivo, Negativo, Neutro).

A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Positivo			
A pesar de la crisis muchas franquicias del sector han presentado crecimiento	1	3,57	3,57
A pesar de que cierran la mayoría de los negocios, conozco varios que han tenido crecimiento en los últimos años	1	3,57	3,57
Aunque exista crisis siempre hay posibilidades de invertir y tener éxito. Hay que saber adaptarse	1	3,57	3,57
Cada día hay nuevas oportunidades	1	3,57	3,57
Con inversión podremos mejorar la economía.	1	3,57	3,57
El desmantelamiento del aparato productivo exige recuperar y generar nuevas inversiones en infraestructura, industria y servicios, tanto en el sector público como en el privado.	1	3,57	3,57
En toda crisis hay oportunidades y si logramos el cambio político pronto tendremos un <i>boom</i> económico	1	3,57	3,57
En Venezuela todavía hay oportunidades	1	3,57	3,57

Indudablemente, el oscuro período que vive Venezuela puede significar en el corto y mediano plazo un renacimiento en su desarrollo y en el de la integración económica, social y comercial con Latinoamérica y con el resto del mundo.	1	3,57	3,57
Las oportunidades de inversión siguen siendo positivas. Esta es la etapa en que Venezuela debe aumentar su oferta monetaria, promover el comercio de bienes y servicios, y apostar por la producción.	1	3,57	3,57
Mi recomendación es sólo para inversiones con portafolios de alto riesgo.	1	3,57	3,57
Muchas empresas cerradas muchas oportunidades de inversión	1	3,57	3,57
No es una opción, pero es necesario aprovechar las oportunidades que ofrece la crisis.	1	3,57	3,57
Por supuesto, siempre y cuando existan garantías.	1	3,57	3,57
Porque el país a pesar de que está muy crítico, tiene oportunidades de avanzar.	1	3,57	3,57
Siempre habrá maneras de reinventar y evolucionar ante situaciones de crisis	1	3,57	3,57
Tenemos la capacidad de restaurar nuestra realidad, pero solo si lo decidimos todos.	1	3,57	3,57
Yo confío en mi país. Espero que la ciudadanía se mueva por una visión y no se conforme.	1	3,57	3,57

Negativo			
¿Quién va a querer invertir, si va a perder?	1	3,57	3,57
Depende del poder adquisitivo del inversor	1	3,57	3,57
En este momento no es una posibilidad	1	3,57	3,57
Es algo complejo, ya que el ambiente para negocios empresariales no favorece, pero sí se puede ganar si se aplican las estrategias justas	1	3,57	3,57
No hay base. Por ejemplo, tú compras una mercancía hoy en 10 mil bolívares, lo vendes a base de lo que te costó y cuando lo vuelves a pedir te cuesta más. Entonces, tienes que seguir sacando de tu bolsillo para poder mantener lo que ya tienes. Entonces no puedes mantener nunca un precio estable porque no hay como invertir, ni tampoco mercancía, ni materia prima. No tenemos una base estable para poder seguir invirtiendo.	1	3,57	3,57
No lo recomiendo ya que la mayoría de las franquicias está cerrando, por lo menos en el sector de comida rápida, es increíble la cantidad de negocios cerrados	1	3,57	3,57
No vemos una oportunidad inmediata para depositar todas nuestras fuerzas en algo que no va a funcionar a corto plazo.	1	3,57	3,57
No, porque hay mucha incertidumbre en los resultados que se obtengan a corto y a largo plazo.	1	3,57	3,57
Perdido (En blanco)	2	7,14	7,14
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

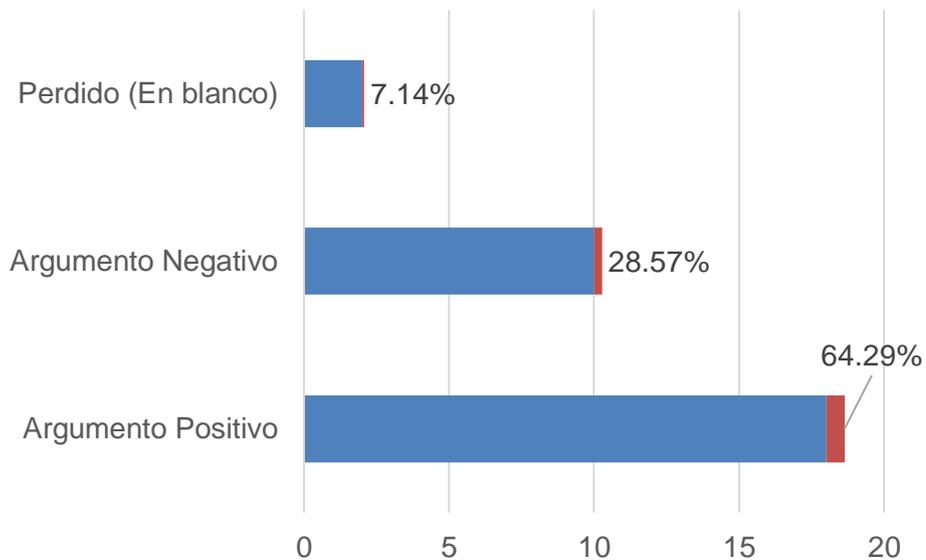


Gráfico Nº12: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?

De acuerdo con el (28,57%) de los encuestados, equivalente a 10 negocios franquiciados y en su posición de invertir en Venezuela, consideraron que no es viable dadas las condiciones políticas y socioeconómicas que refleja el país en los últimos años. No obstante, el estudio registra que el (64,29%) de los encuestados creen que todavía hay oportunidades que se pueden aprovechar a pesar de la crisis económica para recuperar y generar nuevas inversiones en el país.

Pregunta 8: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?

Tabla N°18: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?

¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
No	10	35,71	35,71
Sí	18	64,29	64,29
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

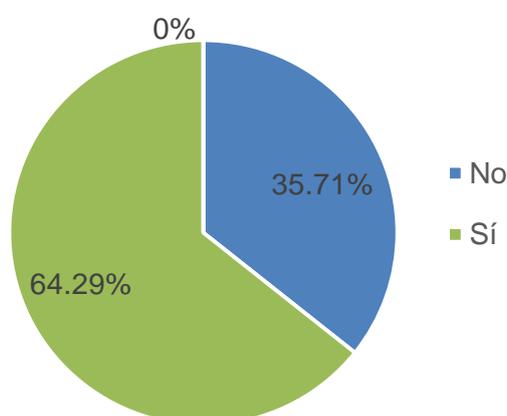


Gráfico N°13: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?

El (64,29%), equivalente a 18 franquicias del total de encuestados, consideraron que se han dado cambios en el sector franquicias producto de regulaciones legales. Mientras que el (35,71%) respondieron la opción No.

Pregunta 8.1: Justifique su respuesta anterior

Tabla N°19: Justifique su respuesta anterior

Los investigadores establecieron criterios de análisis con el fin de agrupar las justificaciones de los encuestados (Económicas, Reformas legales, Políticas).

¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicias producto de las regulaciones legales?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Económicas			
El caso de las subidas obligatorias de salario	1	3,57	3,57
Cambios repentinos para volver a invertir. Habría que reinventarse para mantenerse de pie.	1	3,57	3,57
Cuando se trata de salarios y precios justos. El negocio es el único que pierde.	1	3,57	3,57
Estas solo han provocado una mayor escasez y costo de los productos en la economía.	1	3,57	3,57
Han afectado directamente al sector, el negocio ha perdido rentabilidad	1	3,57	3,57
Muchas franquicias han cerrado un porcentaje de sus locales y otras han tenido que cerrar totalmente.	1	3,57	3,57

Muchos cierres al no poder mantener las ventas	1	3,57	3,57
Reformas Legales			
Ahorita no, pero anteriormente sí.	1	3,57	3,57
Cambios significativos no, consecuencias directas	1	3,57	3,57
Ejemplo el control de precios, control de cambios, el ataque sistemático a la empresa privada, que no está en la ley, pero es constante	1	3,57	3,57
El no acceso a divisas extranjeras, aumentos salariales y ley de precios justos	1	3,57	3,57
Lo más importante es desarrollar nuevamente un marco institucional de cooperación que determine reglas claras de juego para atacar la informalidad, fijar normas comerciales, de liberación de bienes y servicios, macroeconómicas, de competencia y control de calidad.	1	3,57	3,57
No todas las medidas, pero sí algunas impiden la correcta operación de las funciones.	1	3,57	3,57
Nos afecta porque antes pagábamos el I.V.A mensual, ahora lo pagamos semanal.	1	3,57	3,57
Sin embargo, las acciones de la política fiscal deben hacer una reforma tributaria que genere los suficientes ingresos para solucionar el déficit existente.	1	3,57	3,57

Sobre todo, la ley de trabajo	1	3,57	3,57
Políticas			
Estas regulaciones legales obedecen a condiciones políticas y la política no es amiga de la economía.	1	3,57	3,57
Las medidas no son adecuadas, sino restrictivas y engañosas a favor de intereses políticos.	1	3,57	3,57
Maduro tiene congelada la asignación de dólares, por lo que algunos empresarios acuden al mercado negro, donde la cotización multiplica por la tasa oficial.	1	3,57	3,57
Por los momentos no afecta, pero sí afectaron en tiempos anteriores	1	3,57	3,57
Salir de la crisis implica reconocer que se deriva de la implementación de políticas económicas distorsionantes que se han traducido en la destrucción de las señales de precios	1	3,57	3,57
Sí, porque son determinadas por un aparato totalitario y mentiroso.	1	3,57	3,57
Toda medida que el gobierno implante no tiene ni pies ni cabeza.	1	3,57	3,57
Todas las medidas implantadas por este gobierno son restrictivas e impuestas para perjudicar.	1	3,57	3,57
No, no tengo mucha información al respecto.	1	3,57	3,57
Perdido (En blanco)	3	10,71	10,71
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

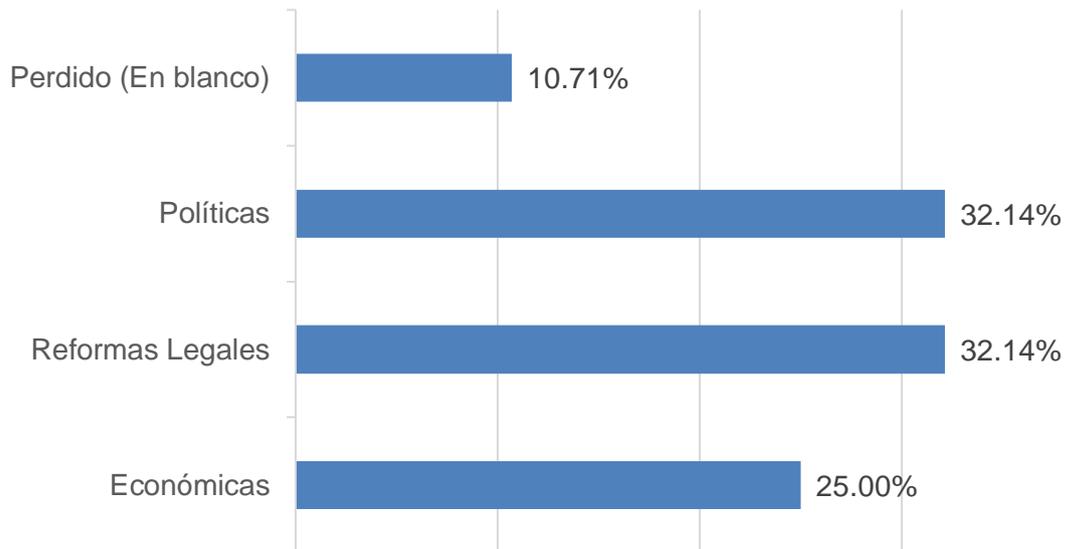


Gráfico N°14: ¿Considera que se han dado cambios significativos en el sector franquicia producto de regulaciones legales?

A partir de las respuestas de los encuestados, el estudio arrojó que el (32,14%), equivalente a 9 encuestados, afirmó que se han dado cambios en el sector franquicia producto de regulaciones legales respecto a las acciones que ha emprendido el Ejecutivo Nacional durante su gestión. De igual forma, se observa que el (32,14%) precisó que las reformas legales anteriormente sí afectaban, y mencionaron algunas como la Ley del Trabajo, la Ley del Impuesto sobre la Renta, la Ley de Precios Justos, entre otros como el sistema de control de divisas y el aumento del salario mínimo. A su vez, el (25,00%) de los franquiciados, equivalente a 7, coincidieron que el sector privado se ha visto afectado por medidas legales que no están a favor de la inversión y la producción.

Pregunta 9: Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?

Tabla N°20: Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?

Los investigadores establecieron criterios de análisis con el fin de agrupar las justificaciones de los encuestados (Economía, Políticas, Neutro).

Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Economía			
El control de cambio entorpece el comercio fluido. Solo hay acceso a divisas si tienes contacto con alguien del gobierno	1	3,57	3,57
El control de cambio es la causa de la crisis que presentan las franquicias	1	3,57	3,57
En realidad, el cambio a la moneda hace q suba la Inflación	1	3,57	3,57
La gran cantidad de bolívares en circulación persiguiendo cada vez menos bienes y servicios, impulsan el alza de los precios lo que obliga a las empresas sostener su capital a través del equipamiento en dólares.	1	3,57	3,57
No, porque ha devaluado más la moneda. La gente quiere monedas alternas, ya que el bolívar no es una opción, ni los billetes grandes sirven para grandes cantidades.	1	3,57	3,57
Pienso que el control de cambio debe ser eliminado por completo	1	3,57	3,57
Por cómo se mueve el mercado, es una medida incoherente	1	3,57	3,57

Si dolarizas, pierdes la política monetaria y cambiaria. Eso te ata mucho más a los vaivenes del mercado petrolero.	1	3,57	3,57
Sí genera impacto, pero vemos algunos negocios que no venden en dólares. Pierdes dinero si inviertes en dólares, porque uno no vende en dólares.	1	3,57	3,57
Todo contrario, es el factor principal que afecta a los negocios	1	3,57	3,57
Políticas			
Pienso que no es del todo acertado querer controlar al 100 todas las cosas.	1	3,57	3,57
El control de cambio es una herramienta para destruir la economía de las naciones, es todo lo contrario a la solución real	1	3,57	3,57
El control de cambio solo sirve para aumentar la corrupción y quedó demostrado que no aumento la oferta de divisas solo logró corrupción e implementación de mercados paralelos que devaluaron aún más nuestra moneda debilitándola casi de muerte	1	3,57	3,57
En un mercado cambiario opaco y volátil no es posible operar con normalidad. Es decir, un mismo dólar tiene una docena de precios de referencia.	1	3,57	3,57
Los aumentos salariales son necesarios en hiperinflación, pero de nada sirven sin otras medidas, como reducir la emisión de dinero sin respaldo para financiar el gasto público.	1	3,57	3,57
No ha servido, ni servirá. Cualquier medida controlada por entes que no generan confianza y son corruptos, fracasará.	1	3,57	3,57
No son ni han sido una solución porque no tienen reglas claras ni la información completa de los procesos necesarios para la compra y venta de divisas	1	3,57	3,57

Los comerciantes tenían esperanzas en los controles y la posibilidad cierta de poder obtener divisas para importar, pero lo que hay es incertidumbre y todo terminó en un engaño.	1	3,57	3,57
Neutro			
Nos afecta	1	3,57	3,57
No fue ni ha sido una solución. Debemos apostar por el libre mercado.	1	3,57	3,57
No es una solución. Debemos tener libre mercado.	1	3,57	3,57
No es una solución restringir el mercado de divisas, es indispensable una apertura para que el precio del dólar sea fijado por la oferta y la demanda.	1	3,57	3,57
No es una solución es parte del problema	1	3,57	3,57
Jamás seremos como éramos antes si no aceptamos que tenemos un problema. Y el control cambiario es un problema.	1	3,57	3,57
No es una solución, pero sí una posibilidad de administrar mejor las entradas.	1	3,57	3,57
En realidad, el cambio a la moneda hace q suba la Inflación	1	3,57	3,57
No nos afecta porque todo viene de un distribuidor concreto.	1	3,57	3,57
No, lo que hace es empeorar todo. No está haciendo nada que solucione, sino que agrava más la situación económica.	1	3,57	3,57
No es la solución.	1	3,57	3,57
Perdido (En blanco)	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

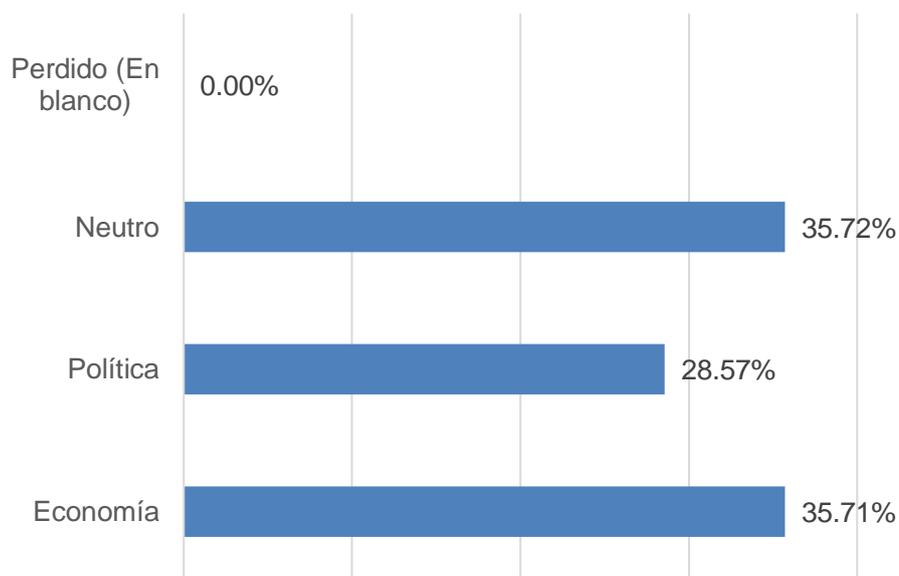


Gráfico N°15: Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?

De los 28 encuestados, el (35,72%) de las franquicias acuerdan que el sistema de cambio en Venezuela “no ha sido, ni es una solución”, mientras que el (28,57%), mantiene un argumento de carácter político referente a la gestión que ha desempeñado el Ejecutivo Nacional y la incertidumbre que se vive ante la crisis. Por otro lado, los que señalaron desde un criterio económico, el (35,71%) equivalente a 10 franquicias, valora el control de cambio como una medida que impide el libre intercambio de divisas frente a la devaluación de la moneda local.

Pregunta 10: *¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?*

Tabla N°21: *¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?*

¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Desplazamiento al e-commerce, Disminución de puestos de trabajo, Invertir en tecnología, Equipamiento en dólares, Anticiparse	1	3,57	3,57
Disminución de puestos de trabajo	2	7,14	7,14
Disminución de puestos de trabajo, Anticiparse	1	3,57	3,57
Disminución de puestos de trabajo, Equipamiento en dólares, Anticiparse	2	7,14	7,14
Disminución de puestos de trabajo, Equipamiento en dólares, Cierre parcial	1	3,57	3,57
Equipamiento en dólares	2	7,14	7,14

Equipamiento en dólares, Anticiparse	1	3,57	3,57
Equipamiento en dólares, Cierre parcial, Anticiparse	1	3,57	3,57
Invertir en tecnología, Anticiparse	1	3,57	3,57
Invertir en tecnología, Equipamiento en dólares, Anticiparse	1	3,57	3,57
Más publicidad, Anticiparse	1	3,57	3,57
Más publicidad, Desplazamiento al e-commerce, Disminución de puestos de trabajo, Equipamiento en dólares	1	3,57	3,57
Más publicidad, Desplazamiento al e-commerce, Invertir en tecnología, Cierre parcial, Anticiparse	1	3,57	3,57
Más publicidad, Desplazamiento al e-commerce, Invertir en tecnología, Equipamiento en dólares	1	3,57	3,57

Más publicidad, Disminución de puestos de trabajo, Equipamiento en dólares, Cierre parcial	1	3,57	3,57
Más publicidad, Disminución de puestos de trabajo, Equipamiento en dólares, Cierre parcial, Anticiparse	1	3,57	3,57
Más publicidad, Disminución de puestos de trabajo, Invertir en tecnología, Equipamiento en dólares, Anticiparse	1	3,57	3,57
Más publicidad, Invertir en tecnología	1	3,57	3,57
Más publicidad, Invertir en tecnología, Anticiparse	1	3,57	3,57
Todas las anteriores	5	17,86	17,86
Todos los anteriores menos cierres parcial	1	3,57	3,57
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

Nota: En vista de que los encuestados seleccionaron múltiples opciones en función de la pregunta, los porcentajes no concuerdan con el 100% del estudio ya que no fue calculado con base en la totalidad de la muestra, es decir, de los 28 encuestados.



Gráfico N°17: ¿Cuáles de las siguientes opciones tomaría en cuenta la franquicia que gerencia para mantenerse operando en Venezuela?

A partir de la frecuencia que posee cada opción seleccionada por el (60,71%), equivalente a 22 franquicias, el estudio arrojó que el (66,67%) de este segmento considera como una opción equiparse en dólares, (61,90%) anticiparse, (52,38%) disminuir puestos de trabajo, (42,86%) aumentar la publicidad e invertir en tecnología (38,10%).

Así mismo, el (23,81%) señaló que consideraría una opción el cierre parcial, así como el desplazamiento al e-commerce (19,05%). Es decir, se evidencia menos preferencia por estas dos opciones.

Pregunta 11: ¿Cuál será, a su parecer, el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años?

Tabla N°23: ¿Cuál será, a su parecer, el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años?

¿Cuál será, a su parecer, el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Empeorará	1	3,57	3,57
Incierto	13	46,43	46,43
Mejorará	6	21,43	21,43
No mejorará	3	10,71	10,71
Se mantendrá igual	5	17,86	17,86
Perdido	0	0	0,00
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

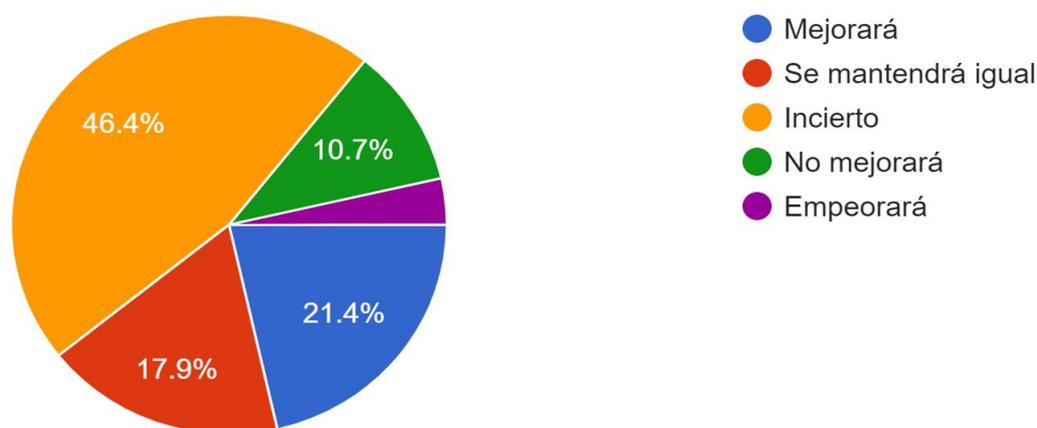


Gráfico N°18: ¿Cuál será, a su parecer, el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años?

Del total de encuestados, 13 franquicias (46,43%) consideraron que el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años será incierto, mientras que 6 franquiciados (21,43%), piensan que mejorará.

Por otro lado, 5 franquicias (17,86%) señalaron que el desempeño macroeconómico se mantendrá igual, a su vez que el (10,71%), equivalente a 3 encuestados, creen que en los próximos años el desempeño no mejorará. 1 franquicia (3,57%) indicó que empeorará.

Pregunta 12: ¿Qué futuro le pronostica al sistema de franquicias en Venezuela?

Tabla N°24: ¿Qué futuro le pronostica al sistema de franquicias en Venezuela?

¿Qué futuro le pronostica al sistema de franquicias en Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Incierto	15	53,57	53,57
Mejorará	5	17,86	17,86
No mejorará	1	3,57	3,57
Se mantendrá igual	7	25,00	25,00
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

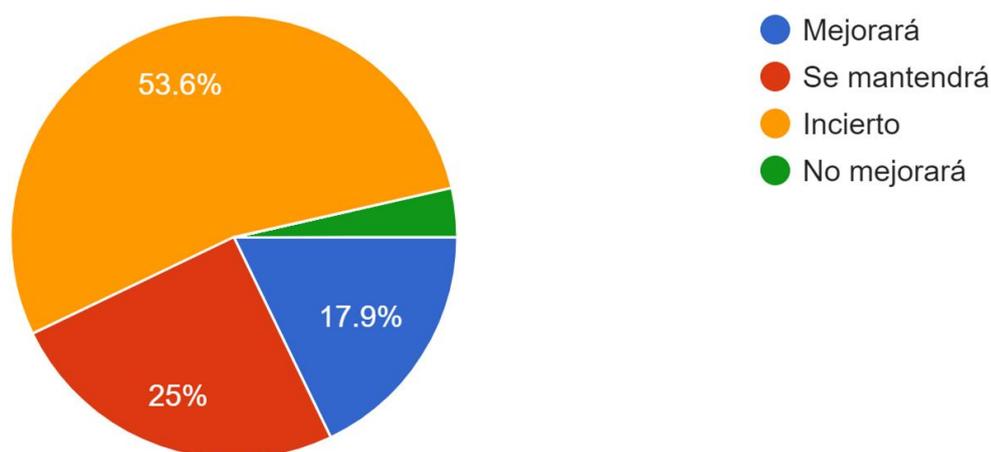


Gráfico N°19: ¿Qué futuro le pronostica al sistema de franquicias en Venezuela?

De los 28 encuestados, 15 franquicias (53,57%) señalaron que el futuro del sistema de franquicias será incierto, mientras que 7 franquicias (25,00%), consideraron que se mantendrá igual. 1 franquicia (3,57%) indicó que no mejorará.

Sin embargo, 5 negocios franquiciados (17,86%), creen que el sistema de franquicias en Venezuela mejorará.

Pregunta 13: ¿Qué futuro le pronostica a la franquicia que usted gerencia en Venezuela?

Tabla N°25: ¿Qué futuro le pronostica a la franquicia que usted gerencia en Venezuela?

¿Qué futuro le pronostica a la franquicia que usted gerencia en Venezuela?	Frecuencia	%	Porcentaje Válido
Incierto	18	64,29	64,29
Mejorará	8	28,57	28,57
Se mantendrá igual	2	7,14	7,14
Perdido	0	0	0
Total	28	100,00	100,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Form (2019)

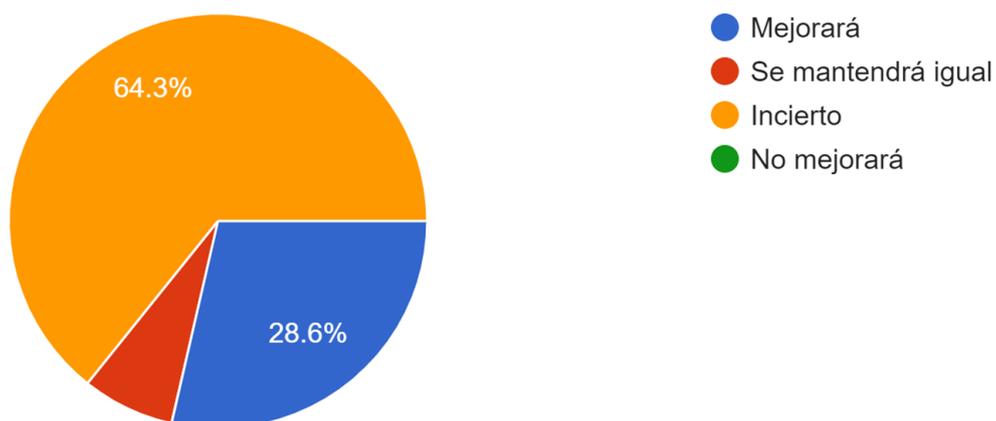


Gráfico N° 20: ¿Qué futuro le pronostica a la franquicia que usted gerencia en Venezuela?

18 franquicias (64,29%), creen que el futuro de la franquicia que gerencian será incierto, mientras que el (28,57%), equivalente a 8 negocios, afirmaron que mejorará.

2 franquiciados (7,14%) señalaron que se mantendrá igual.

5.3 Modelo de matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II

Tabla N°26: Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II

N° de Pregunta	Entrevistado 1 (Alejandro Vivas)	Entrevistado 2 (Simón Mila de la Roca)	Entrevistado 3 (Wallys Rodríguez)

Fuente: Elaboración propia (2019)

5.4 Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II

Tabla N°27: Matriz descriptora de resultados a partir del instrumento N° II

N° DE PREGUNTA	ENTREVISTADO 1 (Alejandro Vivas)	ENTREVISTADO 2 (Simón Mila de la Roca)	ENTREVISTADO 3 (Wallys Rodríguez)
1. ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela? Explique.	La economía en Venezuela trae un descenso importante desde los últimos años, hasta llegar a un 53 de reducción de su economía (...) en cierto modo por la falta de información, la falta de datos técnicos dificulta la evaluación concreta de esta situación, (...) obviamente esto viene derivado de políticas restrictivas, la situación de las divisas. Otras políticas últimamente pues mal el manejo de la política monetaria, que ha desencadenado en una hiperinflación, que lo que ha hecho es disminuir más aún la economía por la falta de recursos para obtener bienes y servicios.	En términos generales, la situación económica de Venezuela es terrible. (...) Tenemos una situación de caída del Producto Interno Bruto, en términos de desempleo, de incapacidad o incompetencia de productividad; porque tenemos una diáspora muy importante, porque se ha ido un talento humano valiosísimo. A todo nivel, o sea a nivel obrero, medio, técnico a nivel profesional y de expertos (...) Tenemos un problema grave de abastecimiento, de incapacidad de producción. No tenemos materia prima para producir y una obsolescencia tecnológica (...) tenemos un desestimulo permanente a la producción por la intervención del Estado en las labores que debería desempeñar el sector privado. Las expectativas siguen siendo terribles, siguen siendo inservibles, incluso si llegásemos a un anhelado cambio de gobierno, la posibilidad de una recuperación inmediata, yo no la veo viable. El panorama es muy complicado en todos los sentidos desde el punto de vista económico, por la incapacidad de producción, por la caída en las reservas internacionales, por las sanciones económicas.	Nuestra situación económica es bastante compleja por los múltiples factores que inciden en ella desde la adopción de un modelo económico fracasado y arcaico hasta la inseguridad jurídica, control de precios, de cambios, cargas impositivas combinado a otros factores que nos mantienen en una situación de evaluación extremadamente negativa con posibilidad de empeorar si no cambiamos el modelo económico y político.

<p>2. ¿Considera que el sector privado se ha visto afectado negativamente a causa de la crisis económica? Explique.</p>	<p>Desde luego que sí, cuando hay un decrecimiento de la economía, se desencadena una cantidad de eventos, que empieza por la reducción del volumen de operación. El volumen de operación pues obviamente afecta la situación económica de la empresa, esto se traduce en menos ganancias. Cuando hay menos ganancia pues al menos, hay menos oportunidad de reinvertir, hay menos oportunidad de otorgar beneficios a los trabajadores, y a la vez al reducirse el monto de la actividad económica, pues simplemente la empresa se hace más pequeña, le reduce su margen de maniobra para extensión y consecución de negocio, y al final se afecta todo. Se afecta sus trabajadores, se afectan sus accionistas, se afecta la operación de la empresa, se afecta la comunidad que está en torno a la empresa, se afecta la economía, esa empresa paga menos impuestos, tanto fiscales como parafiscales y, en fin, es una pérdida para todos.</p>	<p>El sector privado se ve afectado rotundamente (...) las empresas tienen dificultades y muchos problemas para poder desarrollarse, porque además ¿a qué se deben las empresas?: Al mercado, a la satisfacción de los clientes que tienen, entonces, si el entorno, el país o la sociedad está quebrada o empobrecida, las empresas se ven afectadas porque sus mercados se ven reducidos. ¿Cuál sería una alternativa? La exportación, pero caes en el problema porque no es fácil exportar porque hay mafias que te impide una exportación sana y que sea competitiva como todos los procesos de exportación en el mundo donde los países promueven la exportación de sus productos y servicios. (...) Más allá de eso, no hay garantía de producción y después por ende exportar (...) Pero en condiciones normales, no hay condiciones competitivas para hacer una exportación sana. O sea, cuando me refiero a sana (...) Aquí no está ocurriendo eso, pero en condiciones normales tú tratas de exportar y tú tienes una vacuna que tienes que pagar a los delincuentes del guardia nacional, del Seniat y del transporte, pero cuando tú sumas eso a los costos de productos propiamente tienes que sumarlos, eso hace que tus productos no sean competitivos en términos de precio.</p>	<p>Efectivamente, nos ha afectado negativamente si no hay reglas claras el que salga al juego va a su riesgo eso ha afectado a la banca nacional que es el motor de recursos para que los privados podamos operar a través de los créditos y así mismo ningún capital privado saldrá a arriesgar.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>3. ¿Por qué se considera una crisis económica</p>	<p>(...) La economía se basa en la satisfacción de las necesidades a través de bienes y servicios. Si no hay producción, y estos bienes y servicios no llegan a las personas, pues entonces simplemente no se está cumpliendo el principio económico.</p>	<p>Se considera que hay una crisis económica cuando hay destrucción del aparato productivo, cuando hay incapacidad de la población para adquirir los productos básicos, los productos de la cesta básica, es un altísimo porcentaje de la población porque hay incapacidad para prosperar en este momento en el país. Hay personas que lo están haciendo y se están aprovechando de la crisis, pero no es una oportunidad generalizada (...) En este momento, las personas no tenemos las mismas oportunidades. Entonces tenemos la incapacidad de producción, incapacidad de crecimiento económico, es imposible que haya un crecimiento económico en las condiciones terribles que tenemos. Hay incapacidad de inversión para cualquier empresa en el mundo, 100 mil dólares en el mundo es nada. Para una gran empresa en Venezuela, es una fortuna impagable, entonces estamos viendo una incapacidad de generar condiciones de prosperidad, en consecuencia, eso genera crisis económica. La diáspora venezolana, la cantidad de personas que se han tenido que ir, el proceso hiperinflacionario que estamos atravesando que no es producto de una guerra económica inventada, sino la ignorancia y la negligencia de la tiranía chavista y el desorden fiscal que tienen estos malandros. Te das cuenta que la</p>	<p>La economía venezolana está enferma, su síntoma más reciente es la hiperinflación que ya ha golpeado incluso la moneda dura.</p>
------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		crisis económica tiene un componente inducido por el propio gobierno para empobrecer a la población con una intención firme de implementación de un sistema comunista totalitario. Entonces, tú tienes que destruir el aparato productivo y la economía de esa manera y tú dobles a las personas y en consecuencia puedes someterla socialmente.	
4. ¿Qué balance arroja la actividad de las franquicias en el país actualmente?	En principio hay que decir que las franquicias son un sector transversal, es una actividad transversal que está presente en muchos sectores. Por otro lado, no se considera una industria, simplemente es un sistema de crecimiento y expansión de actividad económica (...) entonces el sector franquicia sí ha tenido sin duda alguna la afectación general que tiene todo el país, con respecto a la disminución de servicios, los problema de insumos, las franquicias adolecen, igualito que todo, los problemas de insumos, la escasez de los recursos, las dificultades con los servicios y el tema del talento humano, todas adolecen de lo mismo y sí definitivamente todas la franquicias tienen una reducción de sus actividades u operaciones, porque al reducirse la actividad economía, se reduce todo (...) Es decir, estamos todos reducidos. Ahora bien, la particularidad de las franquicias aun teniendo reducción de sus operaciones, hay un sostenimiento	Mi percepción personal, porque no te puedo hablar de manera institucional porque de hecho institucionalmente no estamos manejando estadísticas certeras en este momento, hay un nivel de incertidumbre muy alto y desconozco las cifras. Nosotros no tenemos una unidad de estadística propiamente, pero el sector comercial y el sector servicio en Venezuela, ha tenido una merma muy importante. El sector empresarial ha sido impactado por esta severa crisis económica y única, con cualidades y características propias, y en consecuencia el sector económico y el sector empresarial en términos generales ha sufrido esto de manera directa por la incapacidad de pago de los clientes, por la incapacidad de producción. Ha habido una gran cantidad de factores y variables externas e internas que han impactado sobre el sector comercial. En consecuencia, todo el sector franquicias	No manejo cifras pero en privado la situación es grave.

	<p>relativo, han cerrado franquicias, pero también han abierto franquicias emergentes con un nuevo concepto, actividades muy innovadoras que están penetrando mercado y obteniendo retribuciones, aportando satisfacción al segmento del mercado, en la obtención de estos bienes y servicios.</p>	<p>tiene que haber sufrido las mismas consecuencias porque nosotros no escapamos de la realidad emocional. O sea, nosotros también sufrimos las mismas consecuencias que sufra la población, por supuesto, el sector franquicia está un poco más preparado para afrontar la crisis porque las empresas que conforman el sector franquicia son empresas que están bien montadas, porque tienen modelos de negocios comprobados, sólidos, tienen previsiones, tienen planificación estratégica. Es decir, tienen un conjunto de herramientas gerenciales que permiten enfrentar la tormenta un poco mejor que un modelo de negocio improvisado. Entonces, debemos estar un poco menos orquestado, pero lo que sí es seguro es que estamos muy afectados (...) El sector franquicias cruza transversalmente todos los sectores de la económica nacional, el sector servicio, comercio, en cada uno de esos subsectores que hay especializaciones. Entonces, ese eje transversal que cruza todos los sectores nos permite entender que si una franquicia, por ejemplo, de alimentos, es afectada, la franquicia que está en ese sector se verá afectada (...) Entonces, las unidades de franquicias que sepan reparar estas necesidades, entonces tendrán una oportunidad de esa situación de crisis.</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>5. ¿Qué balance arroja la actividad de las franquicias de origen nacional versus la de origen extranjero?</p>	<p>Bueno, ese balance es definitivamente positivo, a pesar de que las marcas internacionales que están en Venezuela son de factura muy influyente, muy global, sumamente fuertes, pues las franquicias venezolanas se han desarrollado, han crecido de una forma muy exitosa (...) Hoy en día el mercado de la franquicia, más del 60 son franquicias nacionales, criolla por decirlo de alguna forma, y estas franquicias pues han desarrollado una gran cantidad de redes, con una gran cantidad de tiendas no solo en el mercado nacional, sino que también hay algunas que se han internacionalizado con muchísimo éxito, y hay franquicias venezolanas que hoy en día tienen presencia en 10, en 15 países, con 100-120 tiendas. Definitivamente, el balance es positivo para las franquicias nacionales, no hay que dejar de decirlo, las franquicias internacionales también realizaron importantes inversiones en Venezuela, y dejaron de hacerlo por la imposibilidad de repatriar sus rendimientos, sus ganancias para reinvertirlos quizá en una franquicia, pero claro el tema que mencionábamos antes de la divisa, pues ha reducido la intención de inversionistas extranjeros en este rubro. Adicionalmente, durante muchos años Profranquicias tiene 21 años cumplido, recién la semana pasada. Y las franquicias que se desarrollaron, nacionales, que han crecido muchísimo,</p>	<p>En cuanto al balance entre las franquicias de origen nacional y las franquicias de origen foráneo, a mi parecer no hay una diferenciación específica porque no obedece de dónde vienen las franquicias, sino obedece a cómo se desempeñan acá. Entonces la importancia deriva en cómo gerencia la unidad de negocio estando acá. No creo que haya un elemento de valoración propiamente de esta pregunta.</p>	<p>No manejamos cifras comparativas, pero ambas están afectadas y las extranjeras. Con el agravante de la imposibilidad de repatriar capital.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>no sólo han crecido, sino que se sostienen y hacen grandes esfuerzos para combatir las dificultades, las crisis. Son un gran elemento, son una fuerza empleadora, a través de las franquicias pasa un gran porcentaje de la economía nacional, porque es un alto consumo de muchos miles de personas, a través de muchos miles de puntos de venta, y hay que realmente hacerle un reconocimiento a estas franquicias venezolanas que se han consolidado con muchas tiendas cada uno, hay franquicias venezolanas que tienen 60, 120 tiendas, yo creo que es una fuerza muy importante. Además, están creando y desarrollando conceptos muy innovadores.</p>		
<p>6. ¿Cómo perjudica la recesión económica sobre los bienes y servicios que desarrolla el sector franquicia en Venezuela? Explique.</p>	<p>La recesión económica es una disminución de la actividad, significa una reducción, es decrecer. Volverse más pequeño. Entonces, una franquicia que brindaba 1.000 empleos, si ahora sólo puedo brindar 300, pues eso es una afectación muy importante que afecta al desarrollo del sector y viene dado por la recesión económica. Si yo podía tener abierto 50 locales y ahora he tenido que cerrar 10, y sólo puedo tener 50 o 40 locales, pues obviamente hay una disminución. Entonces, la parte más importante es la reducción del capital, la reducción del patrimonio y lo más importante es la reducción de la fuerza de trabajo, porque la fuerza de trabajo es lo</p>	<p>(...) Básicamente, tiene un impacto muy negativo en esta situación económica tan compleja, porque impide que se produzcan y se coloquen en el mercado las cantidades de unidades de productos y servicios que normalmente colocaban cada una de las unidades franquiciadas, e incluso con una menor oferta de bienes y servicios en el mercado por parte del sector franquicia, porque obviamente no puedes producir las mismas cantidades y no tienes las capacidades de ponerlas en el mercado, por miles de cosas entre ellas que no tienes sistemas de distribución eficiente en este momento. Eso a la vez sigue siendo complicado porque el mercado</p>	<p>Una economía sin crecimiento impacta negativamente los bienes y servicios de cualquier sector.</p>

	<p>que mueve la economía. Por otro lado, hay otro factor muy importante que es el atraso tecnológico. Si hay reducción de la economía y afecta el desarrollo del sector, pues obviamente no hay inversión en nuevas tecnologías, lo que quiere decir que las franquicias, las tiendas que están operando, están operando con tecnología anterior, más antigua y esto es simplemente es malo para el negocio, es malo para el personal, es malo para los trabajadores, porque están trabajando con recursos tecnológicos anticuado y en algunos casos obsoleto, esto no sólo puede producir una baja productividad, una insatisfacción profesional sino también riesgo en el en el uso y operación.</p>	<p>no tiene cómo comprar (...) Por supuesto, la incapacidad de adquirir productos y servicios que son colocados por los negocios convencionales y por las franquicias, en ese caso afecta de una manera similar. Es muy alto el impacto, yo te diría como nunca antes.</p>	
<p>7. Desde 2015 en adelante, ¿qué cambios en términos de rentabilidad percibió el sistema de franquicia en Venezuela? Explique.</p>	<p>Desde 2015 viene una reducción consecutiva del producto interno bruto, viene un decrecimiento de la economía del país de una forma consecutiva, consistente y a pasos agigantados, no son cifras de un dígito, estamos ahorita en cifras de dos dígitos que alcanzan hasta el 53 en el acumulado. Entonces, cuando hay que disminución económica, simplemente hay disminución del consumo porque hay menos de liquidez, hay menos producción, productividad y menos dinero para consumir y generar economía. Luego, simplemente las dificultades de producción por las dificultades de obtención de materias</p>	<p>Desde 2015, incluso desde antes, pero ha habido una pérdida importante en términos nominales y absolutos. Es decir, la inmensa mayoría, no generalicemos, de las unidades franquiciadas que están operando en Venezuela, deben tener menos transacciones en sus ventas como todos los comercios en general. Obviamente, tienes muchos más bolívares que te sirven para comprar menos. Son muchos más bolívares que tienen menos poder adquisitivo. Pero el sector franquicias en términos generales se debe haber visto impacto por una merma en las cantidades de rentabilidad</p>	<p>No manejamos cifras del sistema de franquicias, pero hay sectores que han disminuido más de 50.</p>

	<p>primas, las dificultades de suministros de insumos, las dificultades de servicios, la producción se paraliza por fallas eléctrica, por fallas de otros servicios. Al aumentar los costos y reducir la actividad económica, la ganancia se reduce dramáticamente, esto no es solo para el sector franquicia, esto viene dado para toda la economía. Sin embargo, las franquicias conviven en un altísimo porcentaje a nivel de los centros comerciales, conocemos lo que han sufrido los centros comerciales en cuanto a sus costos operativos, las fallas de servicios públicos, los costos operativos incluyen cifras astronómicas, de mantenimiento y otros aspectos, entonces los locales comerciales, las franquicias se han visto obligadas a reducir inventario por falta de suministro, por falta de producción, aumenta los alquileres, aumenta los costos de servicios, y eso lo que viene achicando la rentabilidad. Esto le está ocurriendo a todas las empresas en Venezuela, pero como estamos hablando del sector franquicia, la rentabilidad se ha reducido menos volumen de operación, menos producción contra mayor nivel de gastos, eso achica la rentabilidad sin duda alguna.</p>	<p>e inclusive en los volúmenes de rentabilidad. Ahora quiero hacer la aclaratoria de que el sector franquicia en general no lo puedo meter en un solo pote porque hay franquicias, incluso empresas, que tienen que haber sido impactados por mejoras en sus números (...) Es una alternativa la reinversión porque los mercados siguen demandando, pero tienes menos poder adquisitivo y no tienes como comprar productos nuevos (...) El sector franquicia está siendo impacto por eso también. Las franquicias están sujetas porque son negocios convencionales, simplemente porque tienen una cualidad de franquicia, ya que tienen un sistema optimizado (...) La gente sigue demandando, sigue el intercambio, pero con menor poder adquisitivo y como no hay productos disponibles en el mercado. Pero aclaro que no es solo en el sector franquicia, sino en general. El sector franquicia es un eje transversal que cruza todos los sectores de la economía. Lo que pasa en los demás sectores, pasa en el sector franquicia.</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>8. ¿Considera que se han dado cambios en el rendimiento del sector franquicias producto de regulaciones legales? Explique.</p>	<p>No creo que haya cambios en el rendimiento producto de regulaciones legales, realmente no hay regulaciones legales, lo que hay es desestimulo a la inversión. Esto es lo que ha reducido el rendimiento, el rendimiento viene dado por falta de consumo. La inversión es la que produce el crecimiento y mayor oferta (...) Las legislaciones no han cambiado en Venezuela, lo que hay son este circunstancias y eventos que desestiman la inversión.</p>	<p>Por supuesto que ha habido cambios en el rendimiento y en la rentabilidad, en las oportunidades de crecimiento del sector franquicia, producto de las regulaciones que la tiranía chavista ha impuesto sobre la población venezolana, hay leyes inconstitucionales como la ley de precios justos que impide el crecimiento económico real en una economía sana. Esa es la principal ley al desarrollo de las empresas en general y del sector franquicia. Otro elemento es la ley del trabajo que una ley comunista hecha para destruir las oportunidades de empleo en Venezuela que impide realmente el desempeño laboral sano. Impide que las oportunidades se desarrollen correctamente y promueve el ausentismo laboral y la improductividad. E incluso promueve que los empresarios no queramos más empleados, porque cada empleado va a representar un problema a futuro. Otra ley que afecta al sector franquicia, es la ley de arrendamientos inmobiliarios comerciales, porque afectan directamente a la economía y de alguna manera hace que los inmuebles, digamos la casa normal de las franquicias, porque las franquicias se desarrollan normalmente en locales comerciales, esta ley promueve que no haya oferta de arrendamiento porque el arrendador tiene condiciones donde se ve perjudicado y prefiere no alquilar.</p>	<p>N/A</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

<p>9. El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso? Explique.</p>	<p>Definitivamente, sí, pero en muchísimo menor escala que otros sectores. Como mencioné antes el franquiciado venezolano quiere permanecer en su negocio defendiendo su inversión y el franquiciante quiere sostener su red comercial. Pero sí, han cerrado tiendas, ha habido franquiciados que se han marchado al exterior. Hay franquiciantes que han decidido reducir las operaciones. Sin embargo, hay una situación que nos preocupa mucho en Profranquicias. Y el hecho de que los venezolanos que se están yendo al extranjero, quizás algunos han cerrado franquicias acá. Hay franquiciados que han decidido cerrar sus negocios, aunque como mencioné antes, ellos están mayormente dedicados a la defensa de su inversión, de modo de que la reducción de este tipo de negocio es a mucho menor escala que la reducción de otros sectores, quienes han cerrado gran cantidad miles de empresas e industrias en Venezuela (...) Los franquiciantes también han hecho grandes esfuerzos para sostener sus redes comerciales, sus redes de franquicia, haciendo grandes esfuerzos por permanecer en la crisis.</p>	<p>El deterioro de la economía y la incertidumbre política que atravesamos todos los venezolanos (...) Esta incertidumbre y el empobrecimiento masivo de la población, de un 99 de la población, por supuesto nos afecta de manera directa y hace inviable la inmensa mayoría de los negocios de Venezuela, empresas y emprendimiento desde el punto de vista económico. Sobre todo, por la pérdida de valor, tanto de los activos como la reposición de inventario en un corto plazo por términos de hiperinflación. Por supuesto, todo ese deterioro más la incertidumbre política, la amenaza cierta de que Venezuela pase a ser descaradamente una certidumbre de que estamos en tiranía (...) Muchos han cerrado sus negocios y muchos están tomando la decisión de cerrar, simplemente por la inviabilidad económica y por el riesgo que representa vivir junto a su familia (...) Muchas personas están decidiendo marcharse del país producto de una situación compleja y emprender en otra parte que tengan menos riesgos políticos y económicos.</p>	<p>En el sistema de franquicias hay alguna de ellas que han cerrado algunas oficinas comerciales, pero hay otras que han abierto nuevas oficinas realmente depende del sector.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>10. Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?</p>	<p>Definitivamente no ha habido una solución ante la escasez de divisas, la escasez de divisas permanece, se agudiza en los últimos años. Y con respecto a la valoración acerca del control de cambio, creo que inicialmente fue una decisión política y todos los cambios, los distintos tipos de cambio que ha habido se inclinan a buscar soluciones, pero también compuestas por condiciones políticas y definitivamente la política con lo económico y lo monetario no es muy compatibles. eso está comprobado en muchísimos países y en muchos sistemas. La política y los sistemas monetarios y económicos, no van muy de la mano.</p>	<p>Los controles de cambio son unos instrumentos de destrucción del sistema económico de los países. En términos generales, son destructores de los sistemas económicos, pero a veces los controles de cambios son necesarios (...) El control no es malo del todo, cuando el Estado es un Estado mafioso, ahí tienes el problema. Yo no le tengo miedo al control de Estado, yo le tengo miedo a que los miembros del Estado son delincuentes, y por lo tanto el control del Estado en este caso es un control de la delincuencia sobre tus activos (...) No ha funcionado como pudieron haber funcionado en condiciones sanas. Es lo que produjo pérdidas patrimoniales para el país, enriquecimiento de un monto de delincuentes cómplices e incluso que hoy son opositores. Delincuentes que rasparon tarjetas, todos los que participaron en eso son cómplices de las actividades de saqueos que le hicieron al país. Ese control cambiario sirvió para destruir el aparato productivo porque generó una economía irreal. Empresarios de maletín, cómplices que compraban en el exterior a precio de gallina flaca. Y eso hacía que el empresario del mismo producto no tuviese capacidad de competencia con estos empresarios con un subsidio basado en un control cambiario irreal, con vicios con todas partes.</p>	<p>Los controles de cambios solo sirven a la corrupción y no es una solución es una de las causas de ausencia de divisas en el país.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>11. ¿En qué aspectos generan mayores riesgos los controles de precio para el sector franquicia? Explique.</p>	<p>Los controles de precio definitivamente generan riesgo. Limitan o eliminan la competitividad. Reducen la productividad y definitivamente llevan a un decrecimiento.</p>	<p>Los controles de precio se han caracterizado por un instrumento de destrucción del sistema empresarial venezolano y específicamente del sistema industrial, comercial y el sector franquicia en general, porque cuando tú obligas a que los empresarios coloquemos los productos en el mercado al precio por debajo de los costos de producción estamos regalando nuestro patrimonio. Estamos perdiendo dinero y además tenemos incapacidad de producción, de reposición de inventarios en materia prima y de productos terminados. Además, tenemos incapacidad derivada de allí y de renovación tecnológica. Por lo tanto, estamos viendo que hay empresas que no tienen capacidad de reposición de inventario, que tienen inventarios vacíos y que no tienen productos para ofrecer. Tienen incapacidad de prestar servicios y además quienes lo están haciendo, lo están haciendo con infraestructura y con tecnología que no es tecnología de punta. Están usando computadores de hace 6 o 8 años, porque es imposible que hagas una reposición tecnológica, actualización. Ni siquiera las empresas grandes lo están haciendo. Ni siquiera empresas poderosas como Procter & Gamble, imagínate con empresas chiquitas.</p>	<p>Los controles de precios generan escases lo q en la práctica aumenta los costos de bienes y servicios que hacen muchas veces inviables los costos frente a los controles de precios.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>12. ¿Ha sido una dificultad para el sector franquicia en Venezuela operar con las cifras del Impuesto al Valor Agregado existentes en el país desde 2015? Explique.</p>	<p>El impuesto al valor agregado es un encarecimiento de los bienes y servicios para el consumidor. Ellos ven que pagan una cantidad de dinero adicional importante en impuesto que definitivamente no es retribuida en servicio, ese es la mayor afectación del impuesto al valor agregado. Para las empresas, no solo de franquicia, todas las empresas, se convierten en recaudadores, el sistema ha producido, ha generado la modalidad del contribuyente especial que debe enterar el impuesto en unos lapsos perentorios. Es un tema de recaudación compulsiva que simplemente encarece los precios para el consumidor, paga más y eso es inflacionario.</p>	<p>Realmente, no considero que el Impuesto al Valor Agregado haya sido una dificultad porque el sistema es sencillo, tú tienes un impuesto y después lo enteras al Seniat, entonces de alguna manera en los mismos porcentajes. Entonces tú simplemente eres un agente de recepción de tributos y los enteras. Realmente, eso no importa. ¿Qué sí ha pasado? Que el incremento del 12 al 16, que fue lo que ocurrió después de 2015, bueno te impacta en el precio final para efectos del usuario y por supuesto ese incremento de 4 te afecta un impuesto. Sin embargo, como la inflación diaria estuvo aproximadamente 4, realmente el porcentaje del impuesto, si no lo pagabas hoy y comprabas mañana, ya lo estabas pagando. Si te pones a ver, en hiperinflación un 4 no representa nada en la alícuota.</p>	<p>Aunque ese impuesto lo paga el consumidor final afecta el comercio por la necesidad de actualizar las máquinas fiscales.</p>
<p>13. Desde 2015 en adelante, ¿ha sido una dificultad para el sector franquicia operar en modalidad de importación con la alícuota impositiva? Explique</p>	<p>Las alícuotas impositivas son definitivamente encarecimiento del precio para los consumidores. Como mencioné antes, esto es inflacionario y es antieconómico. Ahora, tocando el tema de la importación, no sólo importación de tecnologías, sino la importación del <i>know-how</i>, existe la necesidad de repatriarlos, no solo capitales sino también de pagar royalties y otros monumentos en divisa. Para las franquicias internacionales esto ha sido imposible dado que es control de</p>	<p>El tema de las importaciones siempre ha sido un problema porque realmente importar en Venezuela no es fácil. Es fácil si eres un enchufado que pertenece a la mafia del gobierno. Pero para una persona convencional, no solo lo impuestos son el problema, el sector empresarial en términos generales está dispuesto a pagar los tributos sin ningún problema porque entendemos que es nuestro deber contribuir con el sostenimiento del país. ¿Cuáles son los</p>	<p>La alícuota no es problema, el problema es que no hay acceso a divisas.</p>

	<p>cambio, nunca ha contemplado estos pagos dentro de su sistema de asignación de divisas, por lo tanto, las franquicias internacionales muchas tienen años que no integran sus royalties ni sus monumentos internacionales, e inclusive algunas han tenido que cerrar por eso, con respecto al tema de las importaciones.</p> <p>Y también desde el punto de vista de las importaciones, hay franquicias cuyos insumos eran netamente importados desde el punto de vista de la tecnología, la receta y la calidad, que se dejaron de servir en los puntos de venta y esto afectó, no sólo servicio sino afectó la calidad de los consumidores porque no se han desarrollado empresas nacionales que hagan la proveeduría de estos productos.</p>	<p>impuestos que son un problema? Las vacunas de los malandros chavistas que están en las aduanas y que están en las alcabalas. Eso sí es un problema porque aparte hacen que un grupo de empresarios se vean involucrados en actividades que no son éticas, se generan sobornos, extorsión y actividades delictivas; el malandro que te extorsiona no te da factura, entonces tú no puedes agregar esos costos a la estructura de costos. Y esto indudablemente afecta al sector empresarial en general, pero es muy probable que un sector de las franquicias que existen en Venezuela se vea afectados por eso (...) Me parece lógico que, si el sector empresarial en general está sufriendo esa situación, es muy probable que algunas franquicias lo están sufriendo también.</p>	
<p>14. ¿Cómo afectan las sanciones internacionales en Venezuela al sector franquicia? Explique.</p>	<p>Las sanciones internacionales en Venezuela forman parte de un marco geopolítico, el cual está dentro de actividades internacionales, de política internacional muy importante sobre las cuales no estamos en condiciones de opinar.</p>	<p>El sector industrial, empresarial, comercial y de servicios en general, son los principales sectores que cruzan el sistema de franquicia en Venezuela, porque como he dicho, es un eje transversal que cruza todo. De alguna manera, se ha visto afectado por las sanciones económicas porque tienes restricciones más severas para el comercio exterior principalmente. Para la compra de materia prima e insumos en el exterior, entonces cuando tienes esas restricciones que el gobierno está</p>	<p>Las sanciones cuando llegaron las cifras de importación eran muy bajas por falta de divisas estas últimas medidas terminaron de trancar el juego económico los puertos del país son verdaderos cementerios.</p>

		<p>cercada, Venezuela también se ve afectada (...) En consecuencia, cuando hay una movilización de un dinero para comprar materia prima e incluso para crecer en el exterior, tienes alguna dificultad porque tienes más controles que un ciudadano de otro país.</p>	
<p>15. Venezuela ha contraído importantes deudas internacionales, ¿considera que esto puede repercutir sobre el sistema de franquicia? Explique.</p>	<p>Esto simplemente ha afectado el riesgo país, entonces las importaciones venezolanas son más costosas que para cualquier otro país, lo cual nos hace menos competitivo.</p>	<p>(...) El volumen de la deuda es tan alto que obviamente los compromisos del país para honrar las deudas contrajeron estos delincuentes en nombre de la república son tan importantes que por supuesto que el pago de los servicios de esta deuda de honrar esos compromisos, va a hacer que haya menos fondos disponibles para el crecimiento nacional a futuro. En consecuencia, si eso es así, o sea basándonos en esa premisa, eso traerá un impacto en la población y por lo tanto eso va a afectar de manera indirecta. Eso va a afectar al sector empresarial, y allí está incluido el sector franquicia.</p>	<p>Sobre ellas y sobre todos los venezolanos que debemos pagar esos compromisos.</p>
<p>16. A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?</p>	<p>Sin duda alguna, Venezuela es el único país del planeta que está en condiciones de crecer. Y simplemente porque viene decreciendo desde hace varios años hasta cifras de un 53, de modo que simplemente lo que toca es crecer. Y crecimientos de 3 son excelentes para la economía y para el desarrollo de la empresa y de la población. Hay analistas que ofrecen cifras de que Venezuela puede crecer hasta 7 anualmente.</p>	<p>Yo sí recomiendo invertir en Venezuela en este momento, pero las inversiones tienen distintos niveles. Cuando tú te documentas un poco en materia de finanzas, te das cuenta que hay varias carteras o de portafolios de inversión y dependen algunos de los riesgos que asuman en cada uno (...) En Venezuela, hay que invertir, pero si lo único que tienes es 10.000\$ e invierto en Venezuela, te digo que no. Ahora, si</p>	<p>Aún se puede invertir en toda crisis hay oportunidades.</p>

	<p>Realmente son cifras astronómicas, lo cual regresaría otra vez la felicidad y la tranquilidad al país, a la población, a los inversionistas, a la familia y de que se puede vivir en Venezuela y de que sí tenemos maravillosas perspectivas de crecimiento. A nivel global, hay economías que estiman que puede crecer medio por ciento y lo celebran con bombo y platillo. Resulta que en Venezuela puede tener un crecimiento de 3 a 7 como hablan algunos analistas y realmente esto es una posición privilegiada.</p>	<p>tienes otro patrimonio y tienes un fondo disponible para un portafolio de alto riesgo, en este momento sí recomiendo que invierta en Venezuela, pero condicionado de una manera específica y no una inversión generalizada, sino una inversión en elementos que tengan altas probabilidades de éxito como por ejemplo el sector franquicia. Es muy conveniente emprender en este momento en Venezuela, obviamente por supuesto con la asesoría correcta, con los estudios adecuados que te indiquen dónde te vas a meter, con la preparación correcta en otros detalles, porque si no tienes las condiciones y la preparación, no tiene sentido que hagas nada porque cómo vas a invertir en algo que no vas a tener la capacidad de resolver si se te presenta algún problema, no vas a entender el mercado, no vas a entender lo que haces. Y, además, si tenemos una expectativa de que vamos a tener un nuevo cambio de gobierno, ¿Qué va a pasar? Un montón de capitales foráneos y cantidades de venezolanos que están en la diáspora van a venir. De hecho, a nosotros nos llaman para que justamente los asesoremos en ese sentido. Invierte en Venezuela ahorita porque hay una expectativa de cambio. Pero tienen que ser no lo único que tienes, si no un portafolio que pudieras perder y no pasa nada.</p>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>17. Teniendo en cuenta la situación de Venezuela, ¿recomendaría implantar un modelo de negocio nacional basado en el sistema de franquicia? Explique.</p>	<p>Esto realmente corresponde a una política de estado en congruencia con las necesidades y los deseos de la población. Ahora bien, el emprendimiento es una corriente mundial sin duda alguna, y Profranquicias apoya el emprendimiento a través del sistema de franquicia. Para nosotros todas las franquicias en su momento fueron un emprendimiento sin duda alguna, pero no todos los emprendimientos terminan en una franquicia, es decir, la franquicia surge de emprendimientos y la franquicia es un permanente emprendimiento porque los conceptos que se desarrollan a través del modelo de expansión con el sistema de franquicia, pues lo que hacen es realizar otro emprendimiento, una vez que tienen su modelo de negocio exitoso, su concepto desarrollado y consolidado, pues deciden realizar una expansión a través de sistema de franquicias, esto es otro emprendimiento, es lo que llamamos el intra-emprendimiento. Una vez creado el sistema de franquicia en estas empresas franquiciantes entonces, al comercializar cada unidad de negocio con un nuevo franquiciado pues están realizando un nuevo emprendimiento, al llevar ese franquiciado de la mano al éxito con su negocio. La franquicia es empresarios enseñando a emprendedores a ser empresario (...) Ahora bien, el emprendimiento es una corriente mundial, es la forma de abandonar la pobreza para</p>	<p>Yo sí recomendaría desarrollar un modelo de negocio nacional basado en el sistema de franquicia acá en Venezuela en este momento por muchas razones, primero uno tiene varias posibilidades. Cuando tú desarrollas un modelo de franquicia, tú optimizas el modelo de negocio que tienes y lo blindas para que soporte todas estas situaciones. Pero pasa una segunda cosa, cuando migras tú no te puedes llevar el modelo de negocio implantado en este país, pero te puedes llevar el modelo de negocio consolidado o conceptualizado para replicarlo. Te llevas el ADN, la célula madre, sin necesidades de llevarte el cuerpo. Eso lo puedes replicar con éxito en otros países. Entonces, en este momento los modelos de negocio en Venezuela, yo sí recomiendo que se establezca un modelo que evolucione a un modelo de franquicialidad de manera que puedas replicarlo a nivel nacional si están dadas las condiciones.</p>	<p>Sin lugar a dudas un modelo de negocio probado con éxito por el franquiciante tiene mayores posibilidades de éxito que un emprendimiento privado.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>muchas personas. En Venezuela, el deseo de emprendimiento es realmente gigantesco, el 84% de la población venezolana tiene deseos y aspiraciones de emprender, pero sólo el 16 se atreve a hacerlo. Viendo la parte contraria, el emprendimiento a través de un sistema de franquicia le garantiza a los franquiciados un 85% de éxito, porque es lo que llamamos el emprendimiento asistido. El franquiciado va de la mano de un franquiciante que lo apoya en su emprendimiento y le garantiza el éxito en un 85% (...) nosotros proponemos allí que hay que crear una figura jurídica intermedia entre la firma personal y la compañía anónima porque a nivel de los registros, la actividad de la constitución de compañía hay muchas complicaciones y definitivamente tenemos que crear una figura que le permita al emprendedor registrar su emprendimiento, constituir su actividad legalmente, la formalización del emprendimiento, de la forma expedita, porque actualmente al emprendedor se le va un año, hasta un año y medio constituyendo la compañía y ahí se le va el emprendimiento. Eso es sumamente negativo y desestimulante. Dentro de las políticas de estado, lo que tiene que haber es un apoyo a esas herramientas de que el emprendedor pueda formalizar y ejecutar su emprendimiento de forma práctica, rápida y sencilla, contando con las herramientas necesarias.</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>18. ¿Recomendaría a una franquicia de origen extranjero invertir en el país? Explique.</p>	<p>Desde luego, sin duda alguna recomendaría. Sin embargo, estas empresas franquiciantes extranjeras, solo necesitarían garantías a su inversión y garantías por lo menos a retribuir las ganancias y para eso debe haber una disposición, una disponibilidad de divisa otorgada de forma legal, formal, etc. Si eso no ocurre, dentro del control de cambio o dentro de cualquier otra figura que exista desde el punto de vista de divisa, pues no van a venir franquicias extrajera y no solo franquicias, sino ninguna inversión extranjera que no vea garantizada su posibilidad de repatriación de capitales o como mínimo su entrenamiento de utilidades en divisas.</p>	<p>Yo sí lo recomiendo porque entre otros detalles tenemos un sistema empresarial deteriorado y necesitamos que haya inversión extranjera que vengan y aporten su capital en Venezuela. Además, hay grandes cantidades de oportunidades porque cuando hay crisis como la que tenemos, hay que reconstruirlo todo y hacer de todo (...) Todas las carencias que padecemos en estos momentos son oportunidades para que empresarios nacionales y extranjeros vengan y las desarrollen. Para que nosotros podamos estar a nivel de globalización, o sea, a nivel de un mercado global nos falta mucho. Hay grandes oportunidades para que los venezolanos y los extranjeros y los marbianos, vengan a invertir. Es el mismo caso desde el punto de vista de franquicia, sabiendo que hay condiciones de riesgos elevados. El punto está en que las condiciones estén claras, si yo les digo que aquí no pasa nada, les estoy haciendo una oferta engañosa.</p>	<p>Debemos primero analizar el. Modelo de negocio para recomendar invertir o no.</p>
<p>19. ¿Qué está haciendo el sector franquicia para mantenerse operando en Venezuela?</p>	<p>Profranquicias está dedicada a hacer país. Tener dentro de nuestras filas a emprendedores que todos los días arriesgan con ideas, con creatividad, con talento y dedicación es un gran compromiso. En la actualidad estamos iniciando un nuevo periodo de junta directiva y estamos abocados a</p>	<p>El sector franquicia realmente está haciendo magia para mantenerse igual que el resto de los empresarios en Venezuela. No es que nosotros somos especiales. Estamos haciendo magia porque de alguna manera estamos en condiciones caóticas, tenemos poca disposición, empobrecimientos</p>	<p>Un gran esfuerzo como empresarios para seguir operando.</p>

	<p>desarrollar realmente un crecimiento, un aporte al país, dentro de la institucionalidad y la actividad de la Cámara. Para eso queremos crear una unidad de investigación estadística que permita aportar cifras reales del sector, a los afiliados, a los inversionistas, a los estudiantes, a las cámaras, a otros gremios, a la banca, a universidades, inclusive al gobierno.</p> <p>Por otro lado, queremos también desarrollar una unidad de divulgación y prensa, justamente también para mantener informados a todos los interesados y sobre lo que estamos haciendo sobre el sector, porque realmente con información es que se prospera y se pueden analizar las cosas y tomar decisiones apropiadas. Vamos a reforzar nuestra unidad de eventos y también vamos a reforzar nuestra unidad de mercadeo, y vamos a organizar y a iniciar un proceso muy importante que es el desarrollo de clustres entre afiliados y empresas relacionadas, es decir que se podrán sentar en una misma mesa utilizando una plataforma en común empresas interesada en factores comunes y suministro de materias primas, insumos; aprovechar los beneficios de esa plataforma, compartir alianzas y también disponer de esquemas asociativos o simplemente de apoyo y asesoramiento para la internacionalización.</p>	<p>generalizados en la población, pero también en el sector empresarial y del sector bancario. Es muy complejo lo que está ocurriendo. En consecuencia, estamos haciendo lo necesario para poder sobrevivir. Estamos reinventándonos permanentemente. Estamos viendo cómo reducir costos y manteniendo los estándares de calidad para tener un estándar de calidad globalizado. Estamos implementando políticas de salario emocional. Estamos haciendo una cantidad de cosas. Cuando salgamos de todo esto, vamos a crear un sistema empresarial muy fortalecido de experiencia y de conocimiento adquirido por horas de vuelo y horas de vuelo en combate. No es un vuelo paseando, es echando plomo. No es lo mismo ser un empresario en Venezuela. Yo creo que 6 meses ser empresario en Venezuela equivale a 5 años de empresario en cualquier parte del mundo en este momento. Porque aquí tienes que lidiar con el gobierno, con todo. Esto es un sistema super complejo. Esto es una maestría.</p>	
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>Realmente queremos hacer muchas cosas importantes y adicionalmente de continuar con nuestros proyectos actuales, como es el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, el pacto global de las naciones unidas, ya que la cámara está adherida al pacto global y ejecuta dos objetivos de desarrollo sostenible muy importantes como lo son calidad de trabajo y calidad de educación, lo que es el tema de la formación y del trabajo digno y decente. Esos son los objetivos que nos hemos comprometido recientemente con el pacto global de las naciones unidas, por otro lado pues también la creación de la academia Profranquicias, emprendimiento y negocio, un instituto educativo en el cual estamos formando personal especializado para el sector de franquicia y también en el tema de emprendimiento, los oficios, algo muy importante para emprender con profesionalismo y formar muchachos jóvenes para iniciar su primer empleo, lo cual es muy importante en nuestro país.</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

<p>20. ¿Qué debe hacer el sector franquicia para mantenerse operando en Venezuela?</p>	<p>Continuar con su buen propósito de enseñar a empresarios, a emprendedores a ser empresario, el sistema de franquicia es empresarios enseñando emprendedores a ser empresario y eso lo hacemos dentro de un marco muy importante que está en nuestra declaración de principios en la Cámara, que dice que la empresa privada de la mano de la sociedad y con el apoyo del estado, tienen la responsabilidad de generar riqueza necesaria para impulsar el desarrollo económico del país, con una cultura corporativa ética basada en la libertad, la formación, la sostenibilidad de la solidaridad, el acatamiento de las leyes y la responsabilidad ambiental, en un entorno de respeto a los derechos humanos que incluyen el derecho a la propiedad privada, el derecho a la libre empresa y el derecho al trabajo, eso es lo que apoya la Cámara de Franquicia, no solo entre sus afiliados de las franquicias, sino en todas las empresas del país.</p>	<p>El sector franquicia para poderse mantener operando en Venezuela, primero debe cumplir las leyes. Segundo, mantener el estándar de calidad lo más que se pueda. Mantener e incentivar a las personas que trabajan con nosotros, eso es lo primero que debí decir, porque si tú no incentivas a las personas que trabajan contigo, le gente no va a prestar los servicios de manera correcta y vamos a tener un sistema mediocre. Vamos a ofrecer productos y servicios de baja calidad, y vamos a tener un sistema que no va a funcionar porque las organizaciones funcionan porque la gente funciona (...) Una persona que no tiene competencia y que no tiene valores, no tiene razones para ser un buen trabajador y prestar un buen servicio.</p>	<p>Seguir haciendo lo que se ha hecho hasta ahora y q les ha permitido mantenerse operativas cada franquicia y cada sector ha tomado medidas por separado deben seguir aplicándolas.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia (2019)

5.5 Interpretación de los resultados a partir de la matriz descriptora de datos, del instrumento N° II

Respecto a la pregunta N°1: ¿Cómo valora, en términos generales, la situación económica de Venezuela? Explique.

El entrevistado 1, así como el entrevistado 2, señalaron que la situación económica en Venezuela ha decrecido notablemente en los últimos años producto de un modelo económico arcaico que ha desencadenado en una hiperinflación, incapacidad de producción, falta de recursos para obtener bienes y servicios, derivado a su vez de políticas restrictivas, lo que disminuye aún más la economía. En tanto que el entrevistado 2 y el entrevistado 3 consideraron complejo una pronta recuperación, evalúan la situación con posibilidad de empeorar si no se cambia el modelo económico y político.

Para la pregunta N°2: ¿Considera que el sector privado se ha visto afectado negativamente a causa de la crisis económica? Explique.

Los tres entrevistados, coincidieron en que el sector privado se ha visto afectado negativamente a causa de la crisis económica dada la reducción del volumen de operación, lo que se traduce en menos ganancias, menos oportunidad de reinversión y de otorgar beneficios a los trabajadores. Se reducen los márgenes de maniobra para desempeñarse en el mercado y eso afecta a la organización en todos sus ámbitos. Mientras, el entrevistado 3 asegura que la causa de la afectación es debido a que no existen reglas claras.

En cuanto a la pregunta N°3: ¿Por qué se considera una crisis económica?

El entrevistado 1 y el entrevistado 2, consideraron que Venezuela está atravesando por una crisis económica debido al deterioro en el aparato productivo, lo que trae por consecuencia la incapacidad de la población de adquirir los productos y servicios básicos. El entrevistado 3 señaló que la crisis económica se debe a los índices de hiperinflación que golpea hasta la moneda dura.

En la pregunta N°4: ¿Qué balance arroja la actividad de las franquicias en el país actualmente?

El entrevistado 1 y el entrevistado 2, sostuvieron que el sector franquicia es un sector transversal que cruza todos los sectores de la economía nacional. Por ejemplo, el sector comercial, de servicios, de alimentos, de especialización, entre otros sectores. Lo que permite inferir que el sector franquicia sufre las mismas consecuencias de la realidad económica, con respecto a la disminución de servicios, problemas de insumos, escasez de productos, las dificultades con los servicios, el desempleo, etc. Es decir, todas las franquicias

se han visto afectadas en vista de la situación económica que vive el país. Por otro lado, el entrevistado 1 explicó que el sector franquicia, teniendo una reducción de sus operaciones, hay un sostenimiento relativo en cuanto a la capacidad de reinversión y aportación de sus actividades en el mercado. Mientras que el entrevistado 2 considera que el sector franquicia puede afrontar un poco más la crisis económica por poseer mejores herramientas gerenciales y un modelo de negocio sólido y comprobado. Los tres entrevistados indicaron que no cuentan con cifras actualizadas de la situación que vive el sector franquicia en Venezuela desde 2016, el cual lo califican como grave.

En relación a la pregunta N°5: ¿Qué balance arroja la actividad de las franquicias de origen nacional versus la de origen extranjero?

El entrevistado 1 aseguró que el balance es positivo gracias a que las franquicias de origen nacional han crecido de manera exitosa durante los últimos años tanto nacional como internacionalmente. De acuerdo con el entrevistado 1, el mercado de las franquicias de origen nacional supera el 60 con 60 a 120 tiendas establecidas en el territorio nacional, e indicó que hoy en día tienen presencia hasta en 15 países por lo menos con 100 tiendas establecidas. Las franquicias nacionales “no solo han crecido, sino que se sostienen y hacen grandes esfuerzos para combatir las dificultades” (...) “A través de las franquicias pasa un gran porcentaje de la economía nacional, porque es un alto consumo de muchos miles de personas, a través de muchos miles de puntos de ventas”. En cuanto a las franquicias internacionales, el entrevistado 1 y el entrevistado 3 ven con preocupación la imposibilidad de repatriar capitales, rendimientos y ganancias para la consecución de sus funciones e inversiones en Venezuela. Sin embargo, el entrevistado 2 asegura que no existe una diferenciación específica puesto que independientemente de dónde proceda la franquicia, lo que importa es su desempeño de la unidad de negocio que gerencia en el país.

Referente a la pregunta N°6: ¿Cómo perjudica la recesión económica sobre los bienes y servicios que desarrolla el sector franquicia en Venezuela? Explique.

Los tres entrevistados coincidieron que la recesión económica ha impactado negativamente sobre los bienes y servicios que desarrolla, “no solo el sector franquicia, sino cualquier otro sector en Venezuela” consecuencia de la disminución de las operaciones productivas y la incapacidad de colocar en el mercado las cantidades normales de unidades de productos y servicios. Por otro lado, el entrevistado 1 asegura que el impacto ha limitado el sostenimiento de capitales, el patrimonio y lo más importante, las fuerzas de trabajo. Otro factor que resalta el entrevistado 1 es el atraso tecnológico que afecta el desempeño del sector, lo que reduce la intención de invertir en nuevas

tecnologías y actualizarse en el mercado. Esto conduce al sector franquicia a una baja productividad, una insatisfacción profesional y al riesgo de operación.

Acercas de la pregunta N°7: Desde 2015 en adelante, ¿qué cambios en términos de rentabilidad percibió el sistema de franquicia en Venezuela? Explique.

Los tres entrevistados coincidieron que desde 2015 viene decreciendo el sistema económico en Venezuela de manera “consecutiva, consistente y a pasos agigantados”. Por lo tanto, asumen que, si hay una reducción en la economía, los niveles de consumo disminuyen porque hay menos liquidez. Los entrevistados enfatizan que no solo el sector franquicia se ha visto afectado, sino todos los sectores transversales a él. El entrevistado 2 asume que “las unidades franquiciadas deben tener menos transacciones en sus ventas como todos los comercios en general”. En este sentido, los sectores están teniendo dificultades para obtener materia prima, suministrar insumos, paralizar las operaciones por distintos eventos como las fallas eléctricas y “al aumentar los costos, la ganancia se reduce dramáticamente”. En términos de rentabilidad, “hay menos volumen de operación, menos producción contra mayor nivel de gastos”, con el agravante de que los mercados siguen demandando, pero con menor poder adquisitivo.

Sin embargo, el entrevistado 1 hizo mención de las dificultades que presentan los centros comerciales en cuanto a los altos costos de mantenimiento, falta de suministro, fallas de servicios públicos, aumento en los arrendamientos, y dado que el sector franquicia se desempeña normalmente en locales comerciales, vemos también una depreciación en la rentabilidad. Aunque, el entrevistado 2 señala que, a pesar de las dificultades, aún existen empresas que se mantienen y han sido beneficiados en términos de volumen por la crisis económica.

De acuerdo con la pregunta N°8: ¿Considera que se han dado cambios en el rendimiento del sector franquicias producto de regulaciones legales? Explique.

El entrevistado 1 no consideró que el sector franquicia haya sido impactado en el rendimiento a causa de regulaciones legales, sino por el desestimulo a la inversión. En cambio, el entrevistado 2 sostiene que la promulgación de leyes como la Ley de Precios Justos, la Ley del Trabajo y la Ley de Arrendamientos Inmobiliarios impiden el normal funcionamiento de las operaciones y limitan las oportunidades de crecimiento económico de cualquier sector.

Sobre la pregunta N°9: El deterioro de la economía y la incertidumbre política han llevado a algunos empresarios a tomar la decisión de cerrar sus negocios. A su parecer, ¿el sistema de franquicias en Venezuela experimenta el mismo caso? Explique.

Los tres entrevistados concordaron en que algunas franquicias están tomando la decisión de cerrar sus negocios en Venezuela producto de la crisis económica, “pero en menor escala que la reducción de otros sectores”. La mayoría de los franquiciados en Venezuela se están marchando del país “simplemente por la inviabilidad económica y por el riesgo que representa vivir junto a su familia” (...) “Sobre todo por la pérdida de valor, tanto de los activos, como la reposición de inventario en un corto plazo por términos de hiperinflación”.

Sin embargo, el entrevistado 1 sostuvo que los empresarios venezolanos están haciendo todo lo posible por mantenerse operando en el país a pesar de las circunstancias, defendiendo su inversión y sus redes comerciales. Mientras que el entrevistado 3 afirmó que hay otras franquicias que están abriendo locales comerciales y que va a depender del sector.

En la pregunta N°10: Desde 2015 se han implantado 4 tipos de cambios en el país, ¿cuál es su valoración acerca del control de cambio?, ¿es una solución real ante la ausencia de divisas?

Los tres entrevistados coincidieron en que los controles de cambio no han sido una solución ante la ausencia de divisas en el país, sino un mecanismo político, corrupto y destructivo para el sistema económico en Venezuela. Sin embargo, estiman que el control de cambio no es del todo malo, sino que “no ha funcionado como pudieron haber funcionado en condiciones sanas”.

Respecto a la pregunta N°11: ¿En qué aspectos generan mayores riesgos los controles de precio para el sector franquicia? Explique.

Los tres entrevistados coincidieron en que los controles de precio generan destrucción y grave atraso del sistema empresarial venezolano y específicamente del sistema industrial, comercial y el sector franquicia en general. Afirman que la obligatoria de baja de precios no es rentable, lo consideraron regalar su patrimonio.

Por otro lado, el entrevistado 2 agregó que el sector franquicia está perdiendo dinero, además los negocios sufren de incapacidad de producción, de reposición de inventarios en materia prima y de productos terminados. Además de una enorme desactualización de todo el inventario tecnológico, que hasta en las grandes empresas tiene hasta 8 años de antigüedad.

Acerca de la pregunta N°12: ¿Ha sido una dificultad para el sector franquicia en Venezuela operar con las cifras del Impuesto al Valor Agregado existentes en el país desde 2015? Explique.

El entrevistado 1 aseguró que el Impuesto al Valor Agregado se ha convertido en un enaltecimiento de los bienes y servicios para el consumidor final, es decir, el cliente paga una suma de dinero adicional considerable en impuesto que por supuesto no es recompensado en servicio. De esta manera las empresas, no solo las franquicias se transforman en recaudadoras compulsivas que deben enterar el impuesto en periodos de tiempo obligatorios.

Por otra parte, el entrevistado 2 habló del Impuesto al Valor Agregado desde el punto de vista del negociante, donde aclaraba que no considera que dicho impuesto haya sido una dificultad debido a que el sistema es simple, tienes un impuesto y después lo enteras al Seniat. La franquicia se convierte en un agente de recepción de tributos, entonces de alguna manera la empresa paga siempre los mismos porcentajes. "Realmente, eso no importa. ¿Qué sí ha pasado? Que el incremento del 12% al 16%, que fue lo que ocurrió después de 2015, bueno te impacta en el precio final para efectos del usuario y por supuesto ese incremento de 4% te afecta un impuesto". El entrevistado 3 confirma que dicho impuesto lo termina pagando el consumidor final y que afecta al comercio por la necesidad de actualizar las máquinas fiscales.

Referente a la pregunta N°13: Desde 2015 en adelante, ¿ha sido una dificultad para el sector franquicia operar en modalidad de importación con la alícuota impositiva? Explique.

El entrevistado 1 afirma que "las alícuotas impositivas son definitivamente encarecimiento del precio para los consumidores. Como mencioné antes, esto es inflacionario y es antieconómico". Por otra parte, en el tema de importación de tecnologías y *Know-How*, las franquicias internacionales principalmente han tenido grandes inconvenientes debido a los controles de cambio, hay insumos que son netamente importados como la recta y la calidad, es decir, nunca se han tomado en cuenta dichos pagos dentro del sistema de asignación de divisas, por lo tanto, "las franquicias internacionales tienen años que no integran sus royalties ni sus monumentos internacionales, e inclusive algunas han tenido que cerrar por eso."

El entrevistado 2 dice que el tema de las importaciones siempre ha sido un problema en Venezuela y que no es fácil. "Es fácil si eres un enchufado que pertenece a la mafia del gobierno." Afirma que el problema no son los impuestos a pagar, ya que el sector empresarial está dispuesto a pagar los tributos sin ningún problema ya que comprenden que es su deber contribuir con el sostenimiento del país. "¿Cuáles son los impuestos que son un problema? Las vacunas de los malandros chavistas que están en las aduanas y que están en las alcabalas". Es allí, donde radica la situación además porque obligan a empresarios honestos a verse involucrados en actividades no éticas, generan sobornos, extorsión y actividades delictivas. Además, "el malandro que te extorsiona no te da factura, entonces tú no puedes agregar esos costos a la estructura de costos". Todo esto afecta directa e indudablemente afecta al sector empresarial en general. El entrevistado 3 declaró que la alícuota no es el problema, sino el acceso a divisas.

De acuerdo con la pregunta N°14: ¿Cómo afectan las sanciones internacionales en Venezuela al sector franquicia? Explique.

El entrevistado 1 afirma que las sanciones internacionales se encuentran dentro de un marco geopolítico que está integrado a actividades de política internacional importantes, de las cuales el entrevistado declaró que no están en condiciones de opinar. Mientras que el entrevistado 2, concluye que dichas sanciones económicas conllevan a fuertes restricciones para el comercio exterior principalmente. "Sobre todo en la compra de materia prima e insumos, entonces cuando tienes esas restricciones que el gobierno está cercada, Venezuela también se ve afectada".

Es decir, cada vez que hay una movilización de un dinero para comprar materia prima e incluso para crecer en el exterior, se presenta mayor dificultad y más controles que un ciudadano de otro país.

Por último, el entrevistado 3 declaró que cuando llegaron las cifras de importación, las sanciones eran muy bajas por falta de divisas. "Estas últimas medidas terminaron de trancar el juego económico, los puertos del país son verdaderos cementerios".

En cuanto a la pregunta N°15: Venezuela ha contraído importantes deudas internacionales, ¿considera que esto puede repercutir sobre el sistema de franquicia? Explique.

El entrevistado 1 dice que las deudas internacionales han afectado negativamente el riesgo país, por lo tanto, las importaciones venezolanas son más costosas que para cualquier otro país, lo cual nos hace menos competitivo.

Mientras que el entrevistado 2 afirma que el monto de la deuda es tan elevado que obviamente los compromisos de la nación para honrar esas deudas, "que contrajeron estos delincuentes en nombre de la república", va a hacer que haya menos fondos disponibles para el crecimiento nacional a futuro.

En relación a la pregunta N°16: A su parecer, ¿recomendaría invertir en Venezuela?

Los tres entrevistados recomendaron plenamente invertir en Venezuela. Según el entrevistado 1, "Venezuela es el único país del planeta que está en condiciones de crecer. Y simplemente porque viene decreciendo desde hace varios años hasta cifras de un 53%, de modo que simplemente lo que toca es crecer. Y crecimientos de 3 son excelentes para la economía y para el desarrollo de la empresa y de la población". Los entrevistados coincidieron en que analistas de todo el mundo ofrecen cifras de que Venezuela puede crecer hasta 7 anualmente. El cual significa un crecimiento gigante para la economía y que regresaría la confianza y tranquilidad de inversión para la población, inversionistas y grandes empresas internacionales.

A pesar de coincidir con la recomendación de invertir en Venezuela en este momento, el entrevistado 2 agregó que las inversiones deben tener distintos niveles. "En Venezuela, hay que invertir, pero si lo único que tienes es 10.000\$ y tú me dices a mí, me los traigo e invertir en Venezuela, te digo que no". Por

otro lado, resaltó también que depende de factores como la edad de la persona, ya que las personas mayores no suelen asumir riesgos muy altos con su patrimonio porque lo que buscan es un riesgo moderado para su vejez.

Acerca de la pregunta N°17: Teniendo en cuenta la situación de Venezuela, ¿recomendaría implantar un modelo de negocio nacional basado en el sistema de franquicia? Explique.

Según el entrevistado 1 "la franquicia es empresarios enseñando a emprendedores a ser empresario". Afirmó que el deseo de emprendimiento en Venezuela es realmente gigantesco, donde 84% de la población venezolana tiene deseos y aspiraciones de emprender, pero sólo el 16% se atreve a hacerlo. Viendo la parte contraria, el emprendimiento a través de un sistema de franquicia le garantiza a los franquiciados un 85% de éxito, porque es lo que llamamos el emprendimiento asistido.

Por otro lado, los entrevistados 2 y 3 recomendaría ampliamente en desarrollar este modelo de negocio en Venezuela y por varias razones. "Cuando tú desarrollas un modelo de franquicia, tú optimizas el modelo de negocio que tienes y lo refuerzas para que soporte todas estas situaciones. Pero pasa una segunda cosa, cuando migras tú no te puedes llevar el modelo de negocio implantado en este país, pero te puedes llevar el modelo de negocio consolidado o conceptualizado para replicarlo." Es decir, se crea una especie de código genético de tu negocio que puede ser aplicable en otro cuerpo (otro país). Sin embargo, afirmaron que actualmente al emprendedor le puede tomar un año o hasta un año y medio constituyendo la compañía, lo cual es sumamente negativo y desestimulante.

Respecto a la pregunta N°18: ¿Recomendaría a una franquicia de origen extranjero invertir en el país? Explique.

El entrevistado 1 recomendaría la inversión de una franquicia de origen extranjera, no obstante, aclaró que dichas empresas franquiciantes extranjeras necesitan garantías a su inversión y garantías de que por lo menos se retribuyen las ganancias y para ello debe haber disposición de divisas administradas de forma legal. Mientras existan controles de cambio, "pues no vendrán franquicias extranjeras y no solo franquicias, sino ninguna inversión extranjera que no vea garantizada su posibilidad de repatriación de capitales o como mínimo su entrenamiento de utilidades en divisas". El entrevistado 2 lo recomendó porque "tenemos un sistema empresarial deteriorado y necesitamos que haya inversión extranjera que vengan y aporten su capital en Venezuela". Aclaró que hay grandes oportunidades porque cuando hay crisis como la actual, hay que reconstruir "prácticamente todo y hacer de todo".

Acerca de la pregunta N°19: ¿Qué está haciendo el sector franquicia para mantenerse operando en Venezuela?

Todos los entrevistados coincidieron que el sector franquicia debe basarse en la reinversión constante para mantenerse operando frente a las adversidades de la profunda crisis que atraviesa Venezuela. "En la actualidad estamos iniciando un nuevo periodo de junta directiva (Profranquicias) y estamos comprometidos a desarrollar crecimiento dentro de la actividad de la

Cámara Venezolana de Franquicias. Para eso queremos crear una unidad de investigación estadística que permita aportar cifras reales del sector, a los afiliados, a los inversionistas, a los estudiantes, a las cámaras, a otros gremios, a la banca, a universidades, inclusive al gobierno".

Por otro lado, proponen desarrollar una unidad de divulgación y prensa, unidad de eventos, unidad de mercadeo y una unidad de desarrollo de claustrales entre afiliados y empresas relacionadas, es decir, reunirse todas en una misma mesa utilizando una plataforma en común para factores y suministro de materias prima, insumos y compartir alianzas.

De acuerdo con el entrevistado 2, "el sector franquicia realmente está haciendo magia para mantenerse igual que el resto de los empresarios en Venezuela. Estamos reinventándonos permanentemente. No es que nosotros somos especiales. Estamos haciendo magia porque de alguna manera estamos en condiciones caóticas, tenemos poca disposición, empobrecimientos generalizados en la población, pero también en el sector empresarial y del sector bancario".

En cuanto a la pregunta N°20: ¿Qué debe hacer el sector franquicia para mantenerse operando en Venezuela?

El entrevistado número 1 afirmó que la clave está en educar a nuevos emprendedores a como emprender mejor, el entrevistado 2 aclaró que la importancia radica en el cumplimiento de las leyes y no disminuir los estándares de calidad y el entrevistado 3 asegura que deben seguir haciendo lo que han hecho hasta ahora y que les ha permitido mantenerse operativas, cada franquicia y cada sector ha tomado medidas por separado que deben seguir aplicándolo.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

De acuerdo con los objetivos planteados en la investigación y en relación con los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos diseñados por los investigadores, cuestionario (Instrumento N° I) y entrevista (Instrumento N° II), se recogen las siguientes conclusiones derivadas de los hallazgos encontrados a partir del estudio.

En lo que respecta al primer objetivo: Identificar las causas que detonaron la crisis económica en Venezuela durante el período 2015 – 2019, tal como lo refiere Keynes citado por Cachanosky (2002), los efectos de la crisis económica provienen de un incremento en la preferencia por la liquidez de los agentes económicos derivado de la fluctuación en la rentabilidad del capital, por lo tanto, las inversiones se deprimen y en consecuencia la demanda global tiende a bajar.

En este sentido, el estudio determinó que el (96,43%) de los franquiciados reconocen que el país atraviesa por una crisis política y económica valorado en términos generales como grave por 10 franquicias (35,71%), extremo por 9 franquicias (32,14%), inestable para 7 franquicias (25,00%) y mayor para 2 negocios franquiciados (7,14%) de un total de la muestra de 28 encuestados.

Para un conocimiento mayor sobre las causas que detonaron la crisis económica en Venezuela, los investigadores concluyeron que la recesión económica está asociada con la acumulación de desbalances internos como la inflación, la escasez de productos básicos y materia prima, incremento en costos de producción, control de cambio, caída de los precios del petróleo, retraso en el pago de las deudas internacionales; lo que ha desencadenado según lo expresado por los entrevistados, en una hiperinflación, el desestimulo en la producción y la inversión, difícil acceso a las divisas y a puntos de ventas, desestabilización en los precios, déficit fiscal, bajo poder adquisitivo para

obtener bienes y servicios, dependencia en las importaciones, baja rentabilidad de los ingresos, falta de efectivo, entre otros efectos.

De esta manera, se infiere que la situación económica en Venezuela ha decrecido notablemente en los últimos años producto de un modelo económico arcaico y de políticas restrictivas; lo que disminuye aún más las posibilidades de crecimiento económico. Es decir, se evidencia un descontento en la gestión que ha desempeñado el Ejecutivo Nacional durante el periodo analizado. Para Keynes citado por Cachanosky (2002), la manera de solucionar el problema es con políticas económicas que estimulen un incremento en la demanda global.

Adicionalmente, se asume que el sector privado, entendiendo que el sector franquicia es transversal a todos los sectores de la economía nacional, se ha visto afectado negativamente a causa de la crisis económica, dada la reducción del volumen de operación a causa del deterioro del aparato productivo; lo que a su vez se traduce en menos ganancias, menos oportunidad de reinversión y de otorgar beneficios a los trabajadores.

De esta manera, Keynes citado por Cachanosky (2002) subraya que mientras no haya capacidad de producción, un aumento en la demanda global puede afectar el sistema de precios a corto y a largo plazo en función de la rentabilidad esperada por las empresas al contraer su producción. Según el grado y el nivel de integración en la red de franquicias, cualquier dificultad económica puede limitar las oportunidades de los franquiciantes en fabricar sus propios productos y distribuirlo a su red de franquiciados. En cuanto a los franquiciados, puede desestimular la inversión y la gestión del punto de venta.

Por otro lado, el estudio realizado por los investigadores arrojó que el sistema de cambio en Venezuela, instaurado por el Ejecutivo Nacional desde 2015, es una medida que impide el libre comercio, lo que genera paralelamente un deterioro progresivo de la moneda local, trayendo como consecuencia desajustes económicos y graves problemas para la población venezolana, correspondiente al (35,72%) de las franquicias.

Además, se concluye que los controles de cambio como política-económica no han sido una solución ante la ausencia de divisas en el país, sino un mecanismo político y destructivo para el sistema económico en Venezuela

conforme a la mala ejecución de las medidas macroeconómicas por parte del gobierno central. En este sentido, de acuerdo a lo expresado por los entrevistados, el régimen cambiario perjudica a pequeñas y grandes industrias, incluyendo al sector franquicia, pues la compra y venta de materia prima se paraliza por la aplicación de dicho control, aunado a otras empresas que tienen inventarios escasos para seguir produciendo, impidiendo llevar al mercado sus productos y por ende crea desabastecimiento.

Con base en el segundo objetivo: Identificar los efectos comerciales en el sistema de franquicias del país en términos de cierre de operaciones de algunas marcas y en concordancia con el estudio, se puede decir que la recesión económica ha impactado negativamente sobre los bienes y servicios que comercializa el sector económico. Lo que permite deducir que el sector franquicia sufre las mismas consecuencias de la realidad económica y en gran medida, se encuentra en fase de resistencia.

Tal como lo refiere Friedman citado por Cachanosky (2002), si la oferta monetaria crece a una velocidad inferior a la del crecimiento de la producción, los precios de los bienes y servicios se deprimen y se entra en recesión, lo que trae como consecuencia la disminución de las operaciones productivas y la incapacidad de colocar en el mercado las cantidades normales de unidades de productos y servicios.

Por esta razón, el (32,14%) de los franquiciados, indicaron que el sistema de franquicias se ha visto afectado negativamente por el desenvolvimiento económico del país, lo que permite deducir que la contracción económica de la nación ha afectado negativamente el desempeño del sector franquicia como consecuencia del limitado sostenimiento de capitales, del patrimonio y de las fuerzas de trabajo. Otro factor a considerar es el atraso tecnológico, ya que al verse reducidas las capacidades de invertir en nuevas tecnologías y actualizarse en el mercado, ha conducido al sector económico, específicamente al sector franquicia, a una baja productividad, una insatisfacción profesional y al riesgo de operación.

En relación a los factores que han impactado sobre el sistema de franquicias durante los últimos 5 años, los datos estudiados arrojaron que el (39,29%) de

los encuestados, equivalente a 12 unidades franquiciadas, consideraron que el fenómeno de la hiperinflación (42,86%), los costos de producción (39,29%), los controles de precios (35,71%), desabastecimientos (32,14%) y el éxodo de empleados (25,00%) lideran las principales dificultades que enfrenta el sistema de franquicias en el país producto de la crisis económica.

Tal como lo señala Cachanosky (2002), durante la recesión existe poca actividad de inversión y producción, desempleo y acumulación de inventarios dando como resultado inflación con estancamiento. Desde 2015, se evidencia un decrecimiento en el sistema económico en Venezuela de manera consecutiva, consistente y a pasos agigantados. Por lo tanto, se asume que, si hay una reducción en la economía, los niveles de consumo disminuyen porque hay menos liquidez en el mercado, lo que puede afectar las transacciones en venta de las unidades franquiciadas y en el peor caso, multiplicar el riesgo de exponer al fracaso el negocio franquiciado.

El estudio de los investigadores evidencia que los sectores productivos están teniendo dificultades para obtener materia prima, suministrar insumos, paralizar las operaciones por distintos eventos como las fallas en los servicios básicos. Tal como lo indica Cachanosky (2002) al aumentar el gasto público implica un costo para las personas y las empresas, lo que puede reducir drásticamente en términos de rentabilidad.

Es oportuno destacar que según Díez de Castro y González (1998) el auge de las franquicias y la multiplicación de sus nuevos establecimientos comerciales hacen que esta fórmula sea uno de los pilares del desarrollo y crecimiento del sector comercial y de la economía. Quiere decir que el negocio de las franquicias puede convertirse en un sector refugio como manera de diversificación de riesgos. El emprendimiento a través de un sistema de franquicia tiene mayores probabilidades de éxito que un negocio convencional, gracias al constante y permanente apoyo, seguimiento, asesoría y capacitación de parte del franquiciante para la operacionalización del negocio, lo que se conoce como emprendimiento asistido (Palacios, Arredondo, Di Egidio y Seijas, 2000).

De esta manera, se reduce el riesgo de fracaso, se toman mejores decisiones en materia económica, de producción y de recursos humanos. Sin embargo, bajo el actual contexto venezolano, el emprendedor le puede tomar un año o hasta un año y medio constituyendo la compañía, lo cual es negativo y desestimulante.

Es por esto que las reformas legales como la Ley Orgánica del Trabajo y su reglamento, el sistema tributario y la Ley del Impuesto sobre la Renta, la Ley de Precios Justos, la Ley de Arrendamientos Inmobiliarios, entre otras reformas como el sistema de asignación de divisas, y el incremento del salario mínimo, han impedido el normal funcionamiento de las operaciones, dificultan la capacidad de maniobrar en el mercado, limitan las oportunidades de crecimiento del sector económico y no están a favor de la inversión ni de la producción. Si bien los aumentos en el salario mínimo incrementan un poco el consumo. Sin embargo, lo que se experimenta es una caída de la cantidad de unidades despachadas, pero un aumento nominal de la facturación en bolívares.

Siguiendo con los resultados obtenidos en esta investigación, el (32,14%) de las franquicias afirman que se han dado cambios en el sector franquicia producto de regulaciones legales respecto a las acciones que ha desempeñado el Ejecutivo Nacional durante su gestión. De igual forma, se observa que el (32,14%) precisó que las reformas legales sí afectaron al sistema antes de los últimos dos años.

Teniendo en cuenta los controles de precio (Ley de Precios Justos) se conoce el grave atraso que ha causado sobre el sistema empresarial venezolano y específicamente al sistema industrial, comercial y al sector franquicia en general. Según lo referido por los entrevistados, la obligación de bajar de precios no es rentable; impide cubrir los incrementos salariales y los impuestos dada la pérdida de dinero; los negocios sufren de incapacidad de producción, de reposición de inventarios en materia prima y de productos terminados. Además de ocasionar una enorme desactualización de todo el inventario tecnológico, causa una profundización de la inflación y de la descapitalización de las empresas.

El Impuesto al Valor Agregado (I.V.A) también se ha convertido en un incremento de los bienes y servicios para el consumidor final. Es decir, el cliente paga una suma de dinero adicional considerable en impuesto que por supuesto no es recompensado en servicio. De esta manera el sector privado, no solo las franquicias, se transforman en recaudadoras compulsivas que deben enterar el impuesto en periodos de tiempo obligatorios, lo que puede afectar el comercio, es decir, lo termina pagando el consumidor final y eso repercute en la fijación del precio final del producto o servicio al no poder establecer un valor atractivo para el público en la relación calidad-precio (Díez de Castro y González, 1998).

Según lo expuesto por los entrevistados, estas reformas legales también pueden obligar a empresarios honestos a verse involucrados en actividades no éticas por el corrompido sistema legal de Venezuela. Entre ellos, sobornos, extorsión y actividades delictivas.

Es por ello que los investigadores concluyen que la constante promulgación de leyes, a favor de intereses políticos, puede repercutir en el sector franquicia, especialmente en los procesos de importación de tecnología y el *know-how*, ya que hay insumos que son netamente importados; y las marcas franquiciadas, de origen extranjero principalmente, han tenido grandes inconvenientes para reintegrar sus *royalties* (regalías o los pagos adeudados al franquiciante).

Tal como lo sostiene Córdova et al. (2000) la franquicia se trata de una actividad comercial, y ante la ausencia de una legislación especializada en la materia, sus actividades deberían ser reguladas por todo un conjunto de normas contenidas en varias leyes y de distinta naturaleza, en la medida en que es aplicable. De hecho, el organismo que norma esta actividad en Venezuela es el Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI). Todo lo que toca a derechos marcarios, patentes y propiedad intelectual es crucial para una franquicia, porque forma parte del paquete que se vende al franquiciado. Sin embargo, uno de los más fuertes factores en contra, ha sido el incremento de más del 15.000% en los costos de uso del SAPI (Ramirez, 2018).

Tal como señalaron los entrevistados, las sanciones internacionales se encuentran dentro de un marco geopolítico que está integrado a actividades de

política internacional importantes, de las cuales pudieran conllevar a fuertes restricciones para el comercio exterior principalmente. Esto hace que las importaciones venezolanas sean más costosas que para cualquier otro país, lo cual hace menos competitivo el mercado, sobre todo en la compra de materia prima e insumos.

A su vez, las sanciones internacionales reducen las oportunidades de internacionalizar una marca, ya que es frecuente que el franquiciante tenga registrado sus identificativos únicamente en su país de origen, de manera que cuando solicitan extender su negocio en otros países, se encuentran con limitantes, teniendo que utilizar otra marca desconocida para poder operar (Raab y Metusky, 1999). Es decir, cada vez que hay una movilización de un dinero fuera de las fronteras para comprar materia prima e incluso para crecer en el exterior, se presenta mayor dificultad y más controles que un ciudadano de otro país.

Aunado a las sanciones, las deudas internacionales también han venido afectando negativamente el riesgo país, ya que los compromisos de la nación para honrar esas deudas van a hacer que haya menos fondos disponibles para el crecimiento nacional en un futuro. De la encuesta aplicada a los franquiciados, se determinó que el (53,57%), indicaron que el futuro del sistema de franquicias será incierto, mientras que 7 franquicias (25,00%), consideraron que se mantendrá igual. 1 franquicia (3,57%) indicó que no mejorará y otros 5 negocios franquiciados (17,86%) creen que el sistema de franquicias en Venezuela mejorará.

Pero a pesar de que el (32,14%) de los encuestados, equivalente a 9 franquicias, consideraron que no es viable invertir en Venezuela dadas las condiciones políticas y socioeconómicas que ha registrado en los últimos años, no se escapan los hallazgos positivos. El presente estudio determinó que el (67,86%) de los encuestados creen que todavía hay oportunidades que se pueden aprovechar a pesar de la crisis económica para recuperar y generar nuevas inversiones en el país.

No hay duda de que invertir en Venezuela significa un crecimiento para la economía y el regreso de la confianza y la tranquilidad de inversión para la

población, inversionistas y grandes empresas internacionales. Sin embargo, el presente estudio demuestra que el desempeño macroeconómico que registrará el país en los próximos años será incierto.

De acuerdo con el levantamiento de datos del cuestionario, el sector franquicia está experimentando la misma situación de cierre de locales comerciales en Venezuela producto de la crisis económica, algunas a nivel nacional, otras revelaron estar a punto de cerrar, correspondiente a 26 franquiciados (92,86%). Además, algunas reducen su tamaño en términos de operaciones, otras simplemente ven cómo los negocios cierran o se van de sus locales en los centros comerciales, correspondiente al (39,28%) de las franquicias. Ha sido el caso de grandes franquicias icónicas, que hicieron historia en el país como McDonald's, Subway, Burger King, KFC, EFE, y otras más pequeñas como Óptica Caroní, Chip-a-cookie, entre otras.

Según Díez de Castro y González (1998) el sector franquicia se desempeña normalmente en locales comerciales, es decir, desarrollan su actividad comercial en el interior de otro establecimiento comercial, generalmente en grandes superficies (Franquicia *Corner*). Cabe acotar también que existe una depreciación en las operaciones de los centros comerciales, en cuanto a los altos costos de mantenimiento, falta de suministro, fallas de servicios públicos, aumento en los arrendamientos, y esto puede afectar el normal funcionamiento de los negocios franquiciados.

Desde lo establecido en el tercer objetivo de la investigación, se precisa conocer las opciones de los franquiciados para enfrentar los retos que impone la necesidad de reinventarse en tiempos difíciles.

De acuerdo con Díez de Castro y González (1998), la franquicia es un modelo de negocio muy superior a otras formas de comercio debido a que el franquiciado opera bajo una estructura sólida, estudiada y comprobada por agentes franquiciantes que incorporan el concepto de negocio completo, es decir, suponen la explotación de artículos identificados mediante una marca, pero también incluyen el modo de dirigir con éxito un negocio en todos sus aspectos.

Además, la supervivencia de estas franquicias es superior en comparación con otros negocios comerciales, precisamente porque el franquiciante no está dispuesto a exponer su nombre, producto o servicio al fracaso y el franquiciado tampoco jugará con su inversión. Ambos pondrán todo su esfuerzo en lograr el éxito de su negocio (Díez de Castro y González, 1998).

Para Díez de Castro y González (1998) existe una variedad de ventajas al transformar un negocio en un modelo de franquicia, ya que una vez que el negocio se expande, el número de clientes (los franquiciados) aumenta en proporción con las ventas, la imagen de marca se consolida, se potencia y se hace más notoria frente a sus competidores.

Además, el franquiciado tiene la capacidad de optimizar el modelo de negocio dotado por el franquiciante, a la vez que lo refuerza para soportar diferentes situaciones. Si el franquiciado llegase a migrar a otro país, pudiera llevarse el modelo de negocio consolidado y conceptualizado para replicarlo. Es decir, se crea una especie de código genético del negocio que puede ser aplicable en otro cuerpo (otro país).

En Venezuela es posible implantar un modelo de negocio nacional basado en el *franchising* dependiendo de los intereses, del poder adquisitivo y del capital de riesgo del inversor. Pero para que las franquicias de origen extranjero inviertan en Venezuela, necesitarán de suficientes garantías a su inversión y retribución de ganancias; y para ello debe haber una disponibilidad de divisas otorgadas de forma legal.

A pesar de que solo el (14,29%) de los encuestados, equivalente 4 franquicias, consideraran que la calidad es una dificultad, la situación de crisis ha obligado a los franquiciados a ingeniar métodos y alternativas para seguir operando y mantener estándares de calidad globalizados del producto final. Tal es el caso de la red de franquicias McDonald's al incorporar en su menú arepas o pasteles de maíz, en lugar de papas fritas. Sin embargo, la reinvención constante puede conducir a que el franquiciado emplee diferentes mecanismos para abordar la situación de crisis y le presente al franquiciante la pérdida de control sobre las actividades que realiza el franquiciado (Palacios et al., 2000).

Además, los franquiciados no obtienen los productos directamente del franquiciante debido a que esto no sería rentable, es decir, cada franquiciado debe poseer sus propios proveedores para abastecerse. En general, el estudio determinó que 18 franquicias (64,29%), creen que el futuro de la franquicia que gerencian será incierto, mientras que el (28,57%), equivalente a 8 negocios, afirman que mejorará. 2 franquiciados (7,14%) señalaron que se mantendrá igual. Esto indica que al menos los negocios franquiciados aún se mantienen con la esperanza de mantenerse operando en Venezuela a pesar de la crisis.

Como punto final, se concluye que los empresarios venezolanos están haciendo todo lo posible por mantenerse operando en el país a pesar de las circunstancias, defendiendo su inversión y sus redes comerciales. Incluso, hay casos de franquicias que están abriendo nuevos locales comerciales a pesar de la crisis. Entre otras alternativas como el equipamiento en dólares (61,90%), la anticipación (52,38%) la disminución de puestos de trabajo, (42,86%) la inversión en publicidad y en tecnología (38,10%), así como el desplazamiento al e-commerce (19,05%), correspondiente al total de la muestra de 28 encuestados.

A pesar de que los encuestados asuman como una realidad que los negocios en Venezuela están cerrando por la crisis económica, los franquiciados *no han colgado los guantes* y están tomando como última opción cerrar sus negocios, bien sea de forma parcial o total.

6.2 Recomendaciones

A partir de las conclusiones que por medio de esta investigación se han logrado determinar, se recogen las siguientes recomendaciones:

1. Se sugiere al inversionista que desee incursionar al sector de las franquicias en Venezuela realizar una investigación exhaustiva y detallada del tipo de negocio que está adquiriendo. Es necesario seguir un modelo de análisis de evaluación y seguimiento con la asesoría respectiva, sin importar lo sofisticado o simple que pueda ser, con el propósito único de obtener del sistema de franquicias los mayores beneficios a través de diferentes opciones que le permitan hacerle frente a la situación de crisis.
2. Se recomienda al agente franquiciante otorgar al franquiciado un informe previo a la celebración del contrato sobre la data de franquicias, las obligaciones y las dificultades a la que estaría sometido, como contraprestación al recibimiento por parte del franquiciante de conocimiento práctico y técnico. El potencial franquiciado debe tener un lapso de tiempo para analizarlo y aclarar dudas antes de invertir en el sistema de franquicias en Venezuela.
3. En cuanto a la relación entre el franquiciante y el franquiciado, se invita a mantener la confianza para aunar esfuerzos de cara a unos mejores resultados comerciales entre ambos y para que puedan venir nuevas inversiones y capitales. A pesar de la crisis, aún existen empresas que se mantienen y han sido beneficiados en términos de oportunidades, alternativas y de volumen. Venezuela es un país con grandes condiciones para crecer simplemente porque ha decrecido en los últimos años. Igualmente, es conveniente que tomen en cuenta el papel que desempeña la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias), como ente asesor, coordinador y controlador del sector.

4. De igual forma, se aconseja a las franquicias, sea de origen nacional o extranjero, que estén operando en Venezuela, seguir cumpliendo con las leyes, no disminuir sus estándares de calidad, y tomar como última opción el cierre parcial o total de su local comercial. Mantener el optimismo siempre ante la posibilidad de que se tomen medidas menos desfavorecedoras para la actividad privada. Además, con las proyecciones inflacionarias, el bolívar pierde su valor diariamente. Por lo tanto, es indispensable proteger el patrimonio a través de la inversión continua, sea en equipamiento en dólares, préstamos, alianzas, fusiones, adelantando compras necesarias, canjear activos de reserva de valor o indexar los ingresos futuros y no dejar excedentes estacionados en cuenta ni por un día.
5. Se invita a la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias) a aportar cifras actualizadas del sector para que las futuras investigaciones partan de elementos reales. Además, de esta forma se les informa a todos los interesados sobre lo que ocurre en el sector. También, es necesario que la institución o los miembros competentes sean coparticipes con las próximas investigaciones realizadas por interesados en el sector franquicia, es decir, a favor de los estudiantes que seguirán emprendiendo estudios respecto al sistema de franquicias en Venezuela.
6. A los emprendedores venezolanos, se les invita a capacitarse en esta situación de crisis. El costo educativo en Venezuela es mucho más bajo que el internacional y la formación valdrá en el presente y en el futuro. Es necesario tomar riesgos durante el proceso de emprendimiento. Según analistas, la población venezolana tiene deseos y aspiraciones de emprender, pero muy pocos se atreven a hacerlo de manera formal. Venezuela se ha caracterizado en los últimos años por ser un país de *pymes* y actualmente cuenta con millones de emprendedores, mayoritariamente joven, que puede impulsar la dinámica económica. Además, Venezuela necesita de soluciones puntuales y allí los emprendedores pueden encontrar oportunidades de negocio reales.

7. Se exhorta al Ejecutivo Nacional, a través de sus organismos respectivos, a brindar apoyo a las cadenas de franquicias, ya que concentran gran cantidad de trabajadores, y generan empleos, favoreciendo la promoción de conceptos venezolanos en el exterior y así aumentar las riquezas del país. A su vez, mantenerse en alianza con la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias) para la actualización y evidencia de las franquicias actuales en Venezuela.
 - a. En definitiva, se sugiere al Estado que establezca un mecanismo jurídico claro y seguro, instaure medidas energizantes que busque la sistematización de las relaciones existentes entre las partes, no tanto de forma sino de fondo para saciar las necesidades y suscitar un renacimiento del sector franquicia.
 - b. Venezuela ha pasado a ser un país que importa y ensambla debido a la pérdida de la cadena de industrialización, y para recuperarla se deben eliminar todos los controles que ha impuesto el Ejecutivo Nacional, así como los mecanismos cambiarios que impiden el acceso a la materia prima.
 - c. Actualmente en Venezuela ya se han mencionado ciertas intenciones de trabajar sobre un proyecto de Ley de Franquicias, sobre lo cual habría simplemente que determinar su verdadera necesidad, y de existir elementos suficientes, determinar en qué medida y detalle se desarrollaría su contenido. Por lo tanto, se propone desarrollar políticas que garanticen y fortalezcan la actividad privada en el país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Barbadillo, S. (1999). *La Franquicia Paso a Paso*. España: Ediciones de Franquicia, S.L.
- Berganza, C. y Ruiz, J. (2005). *Investigar en Comunicación*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Costanzo, J., Vilalta, A., Cárdenas, D. (1997). *Desarrollo de Sistemas de Franquicias*. Distrito Federal, México: Editorial McGraw-Hill.
- Díez, E. C. y González, J. (1998). *Práctica de la franquicia*. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill.
- González, A y Zavala F. (1987). *Tratado moderno de economía general*. Caracas, Venezuela.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, L., (2014). *Metodología de la Investigación*. México, Distrito Federal: Editorial McGraw-Hill.
- Palacios, L., Arredondo, J., Di Egidio, D., Seijas, R. (2000). *Franquicias en Venezuela, una escuela de emprendedores*. Caracas, Venezuela.
- Raab, S. S. y Matusky, G. (2007). *Franquicias: Cómo multiplicar su negocio*. México, Distrito Federal: Limusa.

Antecedentes de la Investigación

Baquero, A., Marval, A. (2000). *Ventana al éxito, lineamientos de las estrategias de mercadeo que favorecen la incursión de franquicias nacionales y extranjeras en Venezuela* (Tesis de Pregrado) [Documento en línea]. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Católica Andrés Bello [TESIS.COS2000.B36] Caracas, Venezuela. Disponible: biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/.../AAN7303.pdf [Consultado: 2019, abril, 21]

Quintero, P. W. (2003). *Bases conceptuales para la evolución económica de una inversión en franquicias* (Tesis de Postgrado) [Documento en línea]. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Católica Andrés Bello [TESIS.AE2003.M9] Caracas, Venezuela. Disponible en: biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/.../AAQ2432.pdf [Consultado: 2019, abril, 20]

Fuentes electrónicas

Asociación Mexicana de franquicias (AMF). (2018). *Las franquicias que serán tendencia en 2018* [Portal web]. Entrepreneur. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/307860> [Consultado: 2019, abril, 14]

Asociación Arcos Dorados C.A. (2018). *Cierre de locales de McDonald's: el reto de sobrevivir a medidas de Maduro* [Portal web]. El Carabobeno. Recuperado de: www.el-carabobeno.com/mcdonalds-cierra-un-numero-reducido-de-restaurantes-en-venezuela/ [Consultado: 2019, abril, 14]

Abadi, A. (2017). *4 años de recesión económica en cifras* [Portal web]. Prodavinci. Recuperado de: <https://prodavinci.com/4-anos-de-recesion-economica-en-cifras/> [Consultado: 2019, abril, 18]

Assael, H. (1998) *Consumer behavior and marketing Action* [Documento en línea]. South-Western College. Cincinnati, Ohio. Recuperado de: <https://trove.nla.gov.au/work/11974759> [Consultado: 2019, mayo, 3]

Balza, R. (2015). *Venezuela 2015: economía, política y sociedad* [Documento en línea]. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB. Recuperado de:

w2.ucab.edu.ve/.../VENEZUELA2015.Economia%20,%20Politica%20y%20Socieda.pdf [Consultado: 2019, abril, 24]

Campos, F. (16 de febrero de 2017) *Abel Calvo en #YotePregunto: El emprendimiento no se hace solo para ganar dinero* [Portal web]. Banca y Negocios. Caracas, Venezuela. Recuperado de: <http://www.bancaynegocios.com/abel-calvo-en-yotepregunto-el-emprendimiento-no-se-hace-solo-para-ganar-dinero/> [Consultado: 2019, abril, 22]

Cachanosky, J. (2002, mayo). *Crisis económicas: Causas y consecuencias* [Documento en línea]. Libertas 36. Recuperado de: <http://institutoamagi.org/download/CachanoskyJuanCarlosCrisisecon%C3%B3micas-causasyconsecuencias.pdf> [Consultado: 2019, mayo, 2]

Córdova, L., Rojas, F y De León N. (2002). *Marco legal de las franquicias en Venezuela* [Portal web]. Ilustre Colegio de Abogados de Caracas. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos26/franquicias-venezuela/franquicias-venezuela.shtml> [Consultado: 2019, abril, 10]

Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias). (2019). *Declaración de principios* [Portal web]. Profranquicias. Recuperado de: <http://profranquicias.com/nosotros/> [Consultado: 2019, abril, 10]

Constitución Nacional de Venezuela (2016) [Documento en línea]. Recuperado de: www.asambleanacional.gob.ve/documentos_archivos/constitucion-nacional-7.pdf

Estudio Canudas. (2001). *El ABC de la franquicia* [Documento en línea]. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://franquiciasfci.com/ABC-De-La-Franquicia.pdf> [Consultado: 2019, abril, 9]

EFE. (9 de enero de 2019). *Venezuela cierra 2018 con una inflación de casi 1.700.000 %, según el Parlamento* [Portal web]. Caracas, Venezuela. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/america/economia/venezuela-cierra-2018-con-una-inflacion-de-casi-1-700-000-segun-el-parlamento/20000011-3862116> [Consultado: 2019, abril, 7]

- Efecto Cocuyo. (4 de abril de 2019). *Banco Mundial: Venezuela vive la peor crisis de la historia latinoamericana* [Portal web]. Caracas, Venezuela. Recuperado de: <http://efectococuyo.com/economia/banco-mundial-venezuela-vive-la-peor-crisis-de-la-historia-latinoamericana/> [Consultado: 2019, abril, 11]
- Emprendo Más. (2018) *Historia de la franquicia en Venezuela* [Portal web]. Caracas, Venezuela. Recuperado de: <http://emprendomas.com/historia-de-la-franquicia-en-venezuela/> [Consultado: 2019, abril, 9]
- Finanzas Digital. (2018). *Exportaciones no petroleras crecieron 33% en 2017* [Portal web]. Finanzas Digital. Recuperado de: <https://www.finanzasdigital.com/2018/01/exportaciones-no-petroleras-crecieron-33-2017/> [Consultado: 2019, abril, 20]
- La Nación. (2002). *Las franquicias en tiempos de crisis* [Portal web]. La Nación. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/economia/las-franquicias-en-tiempos-de-crisis-nid410568> [Consultado: 2019, abril, 20]
- Ley de Propiedad Intelectual (2017) [Documento en línea]. Recuperado de: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ve/ve006es.pdf> [Consultado: 2019, mayo, 2]
- Ley que establece el impuesto al valor agregado (2017) [Documento en línea]. Recuperado de: <http://declaraciones.seniat.gob.ve/.../GacetaOficial6152VAUNIDADTRI.p> [Consultado: 2019, abril, 27]
- Ley constitucional de precios acordados (2017) [Documento en línea]. Recuperado de: www.vicepresidencia.gob.ve/.../ley-constitucional-de-precios-acord [Consultado: 2019, abril, 27]
- Líneas de investigación para los Trabajos Finales de Concentración (2016) [Portal web]. Recuperado de: <http://w2.ucab.edu.ve/trabajos-finales-de-concentracion.html> [Consultado: 2018, octubre, 21]
- Montilla, V; y Perdomo L. (2004). *Franquicias en Venezuela* [Documento en línea]. Monografías. Caracas, Venezuela. Recuperado de:

<https://m.monografias.com/trabajos17/franquicia-venezuela/franquicia-venezuela.shtml#bilio> [Consultado: 2019, mayo, 2]

Oliveros, A. (2015) *Vaivenes de un programa de ajuste en Venezuela: el eterno problema del reparto rentístico* [Documento en línea]. En Balza (2015) Coordinador Venezuela 2015: Economía, política y sociedad. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB. Recuperado de: <http://images/0003/000370/037060so.pdf> [Consultado: 2019, abril, 24]

Ramírez, A. (2018). *Las franquicias operan en clave de resistencia* [Portal web]. Revista Producto. Recuperado de: <http://www.producto.com.ve/pro/palestra-especiales/especial-las-franquicias-operan-clave-resistencia> [Consultado: 2019, abril, 12]

Schiffman, L. (1978) *Comportamiento del Consumidor* [Portal web]. New York, Estados Unidos. Edit. Alejandra Pardo. Recuperado de: https://www.academia.edu/.../Comportamiento_del_Consumidor_Schiffman_10a_Ed.pdf [Consultado: 2019, mayo, 5]

Sosa, A. y Guerrero, M. (2003). *Diseño de una modalidad de franquicia para Cervecería Polar C.A. que amplíe las oportunidades de venta de cerveza* (Trabajo de Pregrado). Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela [TESIS.AE2003.M9]. Disponible: w2.ucab.edu.ve/tesis-digitalizadas2/search/comercio%20.html [Consultado: 2019, abril, 21]

Varela, E. (2017) *Contrato de franquicia. Aquí se Habla Derecho* [Portal web]. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://aquirehabladerecho.com/2017/04/29/contrato-de-franquicia/> [Consultado: 2018, abril, 13].

Virtuoso J. (2015) *Prólogo del libro* [Documento en línea]. En Balza (2015) Coordinador Venezuela 2015: Economía, política y sociedad. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela: Publicaciones UCAB. Recuperado de: <http://images/0003/000370/037060so.pdf> [Consultado: 2019, abril, 24]

ANEXOS

A continuación, se exponen las siguientes fotografías de negocios franquiciados que han cerrado de forma total en los centros comerciales del Distrito Capital.

Anexo A: Local de la red de franquicias Burger King cerrado en el Centro Comercial Buenaventura (Guatire).



Fuente: Elaboración Propia (11 de mayo de 2019)

Anexo B: Local de la red de franquicias Subway cerrado en el Centro Comercial Buenaventura (Guatire).



Fuente: Elaboración Propia (11 de mayo de 2019.)

Anexo C: Local de la red de franquicias Óptica Caroní cerrada en el Centro Comercial Galerías (El Paraíso).



Fuente: Elaboración Propia (5 de junio de 2019)

Anexo D: Local de la red de franquicias KFC cerrado en el Centro Comercial Galerías (El Paraíso).



Fuente: Elaboración Propia (5 de junio de 2019)