

**ESCUELA COLOMBIANA DE INGENIERÍA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
con énfasis en Negocios y Finanzas Internacionales**

***LA FRANQUICIA:  
COMO MEDIO ESTRATÉGICO PARA LA  
GENERACIÓN DE EMPLEO***

Elaborado por:  
**María Victoria Ayala de Rey  
Ana Garzón Castrillón**

Bogotá, D.C., Agosto 28 de 2004

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>I. LA FRANQUICIA COMO MEDIO ESTRATÉGICO DE CRECIMIENTO</b>	<b>3</b>
<b>II. CONCEPTOS GENERALES DE LAS FRANQUICIAS</b>	<b>4</b>
2.1 DEFINICIÓN DE FRANQUICIA	4
2.2 PARTICIPANTES EN EL MODELO DE FRANQUICIAS	4
2.3 VENTAJAS DE LA FRANQUICIA	5
2.4 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	7
2.5 CLASIFICACIÓN DE LAS FRANQUICIAS	7
<b>III. ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y PRIMEROS SISTEMAS DE FRANQUICIAS</b>	<b>8</b>
3.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS :	8
3.2 PRIMEROS SISTEMAS DE FRANQUICIAS	9
3.3 ESTADO ACTUAL DE LAS FRANQUICIAS EN ALGUNOS PAÍSES REPRESENTATIVOS	10
3.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE TRES PAÍSES: ESPAÑA, MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS	11
3.4.1 FRANQUICIAS EN ESPAÑA	11
3.4.2 FRANQUICIAS EN MÉXICO	12
3.4.3 FRANQUICIAS EN EEUU	13
<b>IV. LAS FRANQUICIAS EN COLOMBIA</b>	<b>14</b>
4.1 SITUACIÓN ACTUAL	14
4.2 GENERACIÓN DE EMPLEO	17
4.2 VENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS EN COLOMBIA	18
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>21</b>
<b>VI APÉNDICE</b>	<b>22</b>
6.1 EL MERCADO LABORAL EN COLOMBIA.	22
6.1.1 EMPLEO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO.	22
6.1.2 POLÍTICA DE EMPLEO	28
6.2 EL EMPLEO EN EL MUNDO	29
6.2.1 REGIÓN INDUSTRIALIZADA	29
6.2.2 ECONOMÍAS EN TRANSICIÓN	31

6.2.3 ASIA ORIENTAL	31
6.2.4 ASIA SUDORIENTAL	32
6.2.5 ASÍA MERIDIONAL	33
6.2.6 ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA DEL NORTE	34
6.2.7 ÁFRICA SUBSAHARIANA	35
6.2.8 AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	36
6.2.9 RELACIÓN DEL CRECIMIENTO Y TASA DE DESEMPLEO EN LAS 8 REGIONES	37

---

**BIBLIOGRAFÍA** **38**

# LA FRANQUICIA COMO MEDIO ESTRATÉGICO PARA LA GENERACIÓN DE EMPLEO

Elaborado por:  
**María Victoria Ayala de Rey**  
y **Ana Garzón Castrillón\***

## Introducción

Este escrito es el aporte académico de la Facultad de Administración con énfasis en Negocios y Finanzas Internacionales de la Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, al Foro Internacional "La Franquicia un Modelo de Negocio Estratégico, Beneficio directo de la marca".

Las universidades tenemos como reto contribuir permanentemente a crear conocimiento, ayudar a difundirlo y facilitar la necesaria apropiación social del mismo, esperamos que este documento sea útil a diversos públicos: estudiantes, franquiciantes, franquiciados, inversionistas, profesionales y a los funcionarios del Gobierno encargados de promocionar la creación de empresas y fomentar el emprendimiento en Colombia.

El tema escogido para ser desarrollado en este documento "La franquicia como medio estratégico para la generación de empleo", tiene como objetivo analizar la importancia de promover en el país el conocimiento de un esquema de negocio que puede ser estratégico para la generación de empleo. El Gobierno Nacional a través de Colciencias, la Superintendencia de Industria y Comercio y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, ha apoyado el desarrollo de este Foro Internacional con el fin de fomentar el conocimiento y el desarrollo de la franquicia. La franquicia puede convertirse en una fuente de riqueza para el país y puede contribuir a mejorar el bienestar general de la comunidad colombiana.

La política del actual Gobierno es promover y desarrollar estrategias para estimular el crecimiento económico y dar apoyo directo a programas que permitan la generación de empleo. Así mismo, " la creación de aproximadamente 2 millones de nuevos empleos durante el cuatrienio" es parte de esta política nacional.<sup>1</sup>

Entre los programas que buscan la generación de empleo, se ha dado prioridad al fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas, con el objeto de lograr una adecuada inserción en los mercados internacionales, particularmente ante la perspectiva de que Colombia firme el tratado de libre comercio con Estados Unidos<sup>2</sup>. Esto se refleja en la Ley 590 del año 2000 que promueve el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas

---

\* María Victoria Ayala de Rey, Decana de la Facultad de Administración con énfasis en Negocios y Finanzas Internacionales, Ana Garzón, Profesora de la misma Facultad.

<sup>1</sup> PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA-DNP (2002), Hacia un Estado Comunitario, Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006.

<sup>2</sup> CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL, MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, DNP (2004). Optimización de los instrumentos de desarrollo empresarial, Documento CONPES.

empresas y en el documento CONPES 3280 de abril de 2004, "Optimización de los instrumentos de desarrollo empresarial".

En el seguimiento de la política de empleo realizado por el Departamento Nacional de Planeación se concluye, que el crecimiento reciente de la economía colombiana se ha manifestado en un mejoramiento de los indicadores del mercado laboral y de la calidad del empleo, acorde con los resultados obtenidos en la encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo y en otros indicadores económicos<sup>3</sup>. Sin embargo, el DNP manifiesta que los promedios móviles de la población ocupada muestran que el ritmo de crecimiento del empleo se ha desacelerado a pesar de la recuperación de la economía en lo corrido de el año 2004.

Por lo anterior, el DNP afirma que las tendencias de largo plazo muestran la necesidad de consolidar la recuperación económica, elemento necesario para lograr incrementar el empleo, dada la estrecha relación que existe entre la generación de empleo y el crecimiento del PIB total. Por lo tanto, el Gobierno está trabajando en políticas que permitan mantener el crecimiento económico a tasas superiores del 4% y promuevan la generación de empleo, para llevar la tasa de desempleo a un solo dígito.

En el apéndice de este documento se encuentra información más detallada sobre la problemática del mercado laboral colombiano, temática investigada previamente para la elaboración de este escrito, que nos permitió conocer la situación actual del empleo y deducir la importancia de fomentar la franquicia como uno de los medios estratégicos para su generación.

Así mismo a través de este Foro esperamos contribuir a cambiar la cultura facilista de nuestros ciudadanos, que han vivido en una economía caracterizada por inversiones de renta especulativa en el sector financiero y en la finca raíz, (rentables gracias a las altas tasa de interés y de inflación) y el deseo permanente de las personas de obtener un empleo en cualquier sector de la economía así sea mal remunerado, por una cultura de creatividad, de inversiones productivas, que permitan el nacimiento de nuevas empresas, el aseguramiento de autoempleo, para garantizar una proyección de vida. La franquicia en Colombia puede convertirse en el momento actual, en una estrategia para la generación de empleo y la permanencia en el tiempo de las empresas porque facilita la expansión de los negocios.

Este documento consta de seis partes, en una primera se muestra como la franquicia ha sido un medio estratégico para el crecimiento de las empresas; en la segunda parte se definen los conceptos fundamentales de las franquicias, sus ventajas, la clasificación de las franquicias de acuerdo a la actividad y los grados de complejidad; en la tercera parte se realiza una descripción de los antecedentes históricos, de los primeros sistemas de franquicia y del crecimiento acelerado que se ha dado en los últimos años en el mundo; en la cuarta parte se presenta una descripción y análisis del desarrollo de las franquicias en Colombia, sus ventajas potenciales y el impacto que ellas han tenido en la generación de empleo; en la quinta se presentan unas conclusiones y recomendaciones. Y por ultimo, se incluye un apéndice donde se muestran las características del mercado laboral en Colombia durante los últimos años y las tendencias del empleo en el mundo,<sup>4</sup> con el fin de tener como referencia la complejidad de estos mercados y la importancia de impulsar

---

<sup>3</sup> DOCUMENTO CONPES. DNP, SENA, MINISTERIO AGRICULTURA (2004). Seguimiento a la política de empleo.

<sup>4</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TRABAJO (2004). "Las tendencias mundiales del empleo en el 2004".

estrategias como las franquicias, modelo que ha surgido en otros países para aportar a la disminución del desempleo.

## **I. La franquicia como medio estratégico de crecimiento**

La franquicia permite a una empresa aumentar su ventaja competitiva, este modelo puede convertirse en un motor para el desarrollo empresarial de una compañía y fortalecer su posicionamiento competitivo. Es muy útil para la expansión internacional, por la posibilidad de servir a empresas altamente competitivas que carecen del capital necesario para su expansión global y/o regional.

El espectacular crecimiento de este modelo permite identificar dos tendencias del mundo contemporáneo: la prisa de los individuos por llegar a ser sus propios jefes y la necesidad de las compañías de encontrar formas más eficientes y baratas de expandirse. No es raro que un modelo de negociación tan ágil y versátil como el de las franquicias responda a los cambios económicos y sociales con rapidez. La orientación creciente de la economía hacia la generación de servicios, la incorporación de más mujeres al mercado de trabajo y el envejecimiento progresivo de la población, son algunas de las tendencias que repercuten en la aplicación de este modelo.

Se espera que las franquicias con mayor expansión sean aquellas relacionadas con la prestación de servicios, como las reparaciones, la limpieza hogareña, el mantenimiento y reparación de automóviles, asistencia médica, educación, entretenimiento y telecomunicaciones. También tienen posibilidades de florecer los servicios a empresas, tales como: contaduría, distribución de correspondencia, suministro de personal temporal, impresos, entre otros.

La nueva tendencia de la globalización es un proceso que surgió de una necesidad mundial de intercambio y las franquicias han marcado una pauta en esta nueva tendencia mundial del comercio entre las naciones, gracias a la gran facilidad en las comunicaciones, las nuevas tecnologías y la disminución relativa de las distancias. Se puede afirmar que la Administración de Franquicias es una de las técnicas modernas de administración en los mercados globales.

Las franquicias adoptan distintas modalidades para distribuir sus centros administrativos y productivos. La globalización permite este nuevo sistema, logrando una mayor flexibilidad en los procesos y en la mejor ubicación de sus centros productivos.

En todo el mundo existen diferentes rasgos culturales que identifican a los pueblos, sin embargo las franquicias logran introducirse en los pueblos y comunidades entregando una imagen global muy parecida. Al respecto podemos mencionar la nueva forma de calcular la paridad cambiaria denominada MC DOLLAR, basada en la afirmación de que gracias a las franquicias y al marco de la globalización podremos encontrar que los precios de una franquicia ubicada en Moscú, Taipei y Caracas son los mismos.

Actualmente Latinoamérica es un mercado muy buscado por las firmas de Estados Unidos, el país de origen del sistema de franquicias y el lugar donde el modelo es más dinámico; pero una de las tendencias más recientes muestra que las empresas en América Latina también realizan negocios de franquicias para ganar mercados más allá de sus fronteras. El boom de las franquicias se expande por todos los rincones y aunque los

países latinoamericanos difieren bastante entre sí, en algunos como México, Argentina y Brasil las franquicias han tenido un gran crecimiento en los últimos años.

En este año, las franquicias han sido un tema muy popular en las publicaciones de negocios y en los periódicos nacionales e internacionales, porque en las circunstancias actuales comenzar un negocio que cuenta con el respaldo de toda una organización empresarial, es una ventaja considerable, de esta forma la franquicia se convierte en una opción que debe ser tenida en cuenta por aquellos que desean expandir sus negocios, ser sus propios jefes sin asumir riesgos innecesarios o no cuentan con la experiencia suficiente para lanzarse a un mercado cada vez más competitivo, que puede "tragárselos" sin compasión en los primeros cambios.

## II. Conceptos generales de las Franquicias

### 2.1 Definición de franquicia

Según nuestro conferencista invitado del Instituto Tecnológico de Monterrey y Presidente de la Asociación de Franquicias de México el profesor Ferenz Feher, la franquicia es: "Ante todo, un formato de negocio dirigido a la comercialización de bienes y servicios. Lo que distingue a este formato de otros es que en él, una persona física o moral (jurídica) el franquiciante, concede a otra el franquiciatario (o franquiciado) el derecho a usar por un tiempo determinado una marca o nombre comercial y se obliga, por una parte, a transmitirle tanto los conocimientos técnicos necesarios para comercializar los bienes y servicios que él ofrece, como los métodos comerciales para su buen funcionamiento, y por la otra, a verificar que los métodos administrativos que use sean los empleados por la franquicia"<sup>5</sup>.

### 2.2 Participantes en el modelo de franquicias

- **Franquiciante:** es la persona natural o jurídica que inicia la empresa, jurídica y económicamente independiente, es titular de los derechos de explotación de una marca o de un nombre comercial, de otros elementos de propiedad intelectual y de una tecnología de operación comercial y de producción, promueve una red de franquicia, es responsable y tutor permanente.
- **Franquiciado o franquiciatario:** es la persona natural o jurídica que adquiere el derecho de usar la marca, los elementos de propiedad intelectual y la tecnología operativa durante un periodo de tiempo determinado. Se compromete a conservar la reputación y el buen manejo de la empresa, a dar periódicamente al franquiciante información financiera y contable, y a no revelar a terceros el know how de la compañía.

---

<sup>5</sup> FEHER TOCATLI, Ferenz. GALLASTEGUI, Juan Manuel (2001). Las franquicias un efecto de la globalización 100 preguntas, 100 respuestas. Mc Graw Hill. Pág. 3.

## 2.3 Ventajas de la franquicia

La franquicia ofrece una opción interesante frente a las estructuras verticales convencionales o controladas. En efecto, en una red franquiciada, la inversión de cada punto está hecha por el franquiciado. Para el franquiciante, la creación de una red le permite la expansión de su negocio con un mínimo costo, sin invertir directamente en la propiedad de la red, pero manteniendo su control.

Hay un gran número de empresarios que consideran como opción acertada de expansión, el otorgar franquicias de su negocio con la seguridad de que al hacerlo pueden resolver sus necesidades de participación en nuevos mercados. Para aquellos que alguna vez han soñado ser dueños de su propio negocio, la franquicia se ha constituido en una opción interesante y segura para lograr su propósito en un ambiente de incertidumbre.

En los contratos de franquicias, al franquiciante le corresponde la tarea de fijar el nombre comercial, elegir los colores corporativos, diseñar su imagen publicitaria, definir el producto, escribir los manuales de funcionamiento, concretar la transferencia de la tecnología a quien recibe la licencia, controlar la calidad, determinar la indumentaria de los empleados, establecer las pautas publicitarias, brindar asesoría permanente y dar entrenamiento a quien opera la licencia.

Consideramos que las ventajas más relevantes de las franquicias son:

### Know – How "saber como"

Este efecto es uno de los grandes beneficios del modelo de franquicias, ya que permite la transmisión de conocimientos técnicos, la capacitación del empresario y sus empleados por parte de la empresa que vende la franquicia, basados en su experiencia y verificados por ella. El Know – How se transmite por medio de manuales, asesoría y entrenamiento permanente.

### Propiedad intelectual

Los dos elementos básicos de la franquicia son la licencia de uso de marca y la transmisión de conocimiento. Los dos elementos permiten que el franquiciado opere un negocio que forma parte de una red de franquicias y que por lo tanto debe ceñirse de manera estricta a los manuales creados por el franquiciante, quien entrega el negocio completamente estandarizado, esta propiedad intelectual debe respetarse.

### Reducción del riesgo

El franquiciado entra a formar parte de un negocio que ha sido exitoso y rentable, de esta manera logra reducir el riesgo para iniciar una actividad comercial independiente. En algunos casos hay asistencia financiera por parte del oferente de la franquicia.

### Posicionamiento en el Mercado.

Al interior de los países cada vez más empresas utilizan este modelo para ampliar su mercado. La marca garantiza una aceptación y reconocimiento en el mercado nacional o internacional. Las franquicias son una respuesta al mundo globalizado, hay muchos ejemplos de sistemas de franquicias que de ser pequeñas y medianas empresas se han convertido en empresas multinacionales por medio de su operación en varios países. El empresario que ofrece la franquicia estructura y diseña las estrategias de marketing.

### Calidad y servicio al cliente.

El posicionamiento de una franquicia depende de las estrategias de calidad y de servicio al cliente que tiene relación con los valores, costumbre y hábitos de cada región en la que ha decidido establecerse. Para que la franquicia tenga éxito, ésta debe responder a las características y condiciones de la cultura de un país.

### Desarrollo del emprendimiento

El gran secreto de la franquicia son sus protagonistas: hombres y mujeres que inician su negocio partiendo por lo general con muy pocos recursos y han conseguido con su visión y con su capacidad de trabajo crear sólidas marcas y modelos de negocios exitosos. "Para el desarrollo de una franquicia se requiere pensar y actuar como empresario/ejecutivo y no simplemente como un inversionista pasivo"<sup>6</sup>. Las franquicias se han convertido en un modelo de negociación que ha permitido a un número grande de empresas de todo el mundo, incrementar su rentabilidad y ampliar considerablemente su mercado.

### Generador de empleo y de cadenas productivas

Las franquicias en los últimos años se han convertido en una fuente importante para la generación de empleo por medio del continuo incremento del número de franquicias en su país de origen y en otros países. Las franquicias se han desarrollado en muchos países en épocas de crisis económicas, en los países con economías débiles las franquicias pueden ser una fuerza estabilizadora y generadora de divisas y empleo para un buen número de personas y para la comunidad en general. Esto se debe a que la mano de obra que utiliza y varios de los insumos que necesitan para operar una franquicia deben ser producidos en el país o la región a la que esta es exportada o localizada, permitiendo la generación de cadenas productivas.

### Facilita economías de escala

Para proveer todos los puntos de la red de franquicias, se realizan compras de insumos al por mayor, esto permite obtener economías de escala en los procesos de producción en cada punto de la red .

### Innovación tecnológica permanente

Con el fin de mantenerse en el mercado los productos, el servicio y el Know How son objeto de un constante mejoramiento y aplicación de nuevas tecnologías para lograr la competitividad.

### Independencia laboral

Tanto el franquiciante como el franquiciado, cada uno en su papel, podrán ser patrones de sí mismos y laborar en su propio establecimiento. Es cierto que el franquiciado debe cumplir una serie de cláusulas y de compromisos frente al franquiciante, pero mantiene una relativa independencia que no se puede comparar con la subordinación laboral permanente de un empleado en una empresa.

---

<sup>6</sup> BARRAGAN Jorge. Julio 9 de 2001. Franquicias, desempleo, nichos y oportunidades. Publicado en el Diario El País.

## 2.4 Características del emprendedor

Como en la creación de cualquier empresa, para tener éxito en la franquicia es necesario que la persona que quiera crear su negocio reúna en su calidad de franquiciado una serie de características que serán exigidas por el franquiciante, ellas se pueden resumir así: conocimiento del mercado local y del segmento de mercado que interesa a la franquicia, debe tener una actitud flexible, contar con los recursos económicos necesarios, tener capacidad gerencial, facilidad de comunicarse adecuadamente con su franquiciante, habilidad para ayudar en la selección de los posibles proveedores del sistema y capacidad para el trabajo en equipo.

## 2.5 Clasificación de las franquicias

Basándose en los diferentes grados de actividad y complejidad que presentan las franquicias, se ha tomado la siguiente clasificación<sup>7</sup>:

- **Franquicia de producción.** Es aquella donde el franquiciante, además de ser el titular de la marca, fabrica los productos que mercadea en sus establecimientos franquiciados.
- **Franquicia de distribución.** El franquiciante actúa como mediador en las compras, selecciona productos que son fabricados por otras empresas y los distribuye a través de sus puntos de venta franquiciados en condiciones favorables.
- **Franquicia de servicios.** Es la explotación de un determinado servicio cuya fórmula original es propiedad del franquiciante, quien la transfiere a sus franquiciados. Este tipo de franquicias es la que tiene mayor auge hoy en día.
- **Franquicia industrial.** El franquiciante -quien debe ser titular de la propiedad industrial- cede a sus franquiciados la tecnología y materias primas necesarias para fabricar un determinado producto y posteriormente venderlo en el mercado.
- **Franquicia máster.** Es el resultado de exportar una franquicia de su país de origen a otro a través de la presencia de un máster franquiciado, a quien el franquiciante dueño de la marca vende los derechos de sus franquicias para que los desarrolle en el país de destino. El máster franquiciado es responsable del desarrollo de la marca, de seleccionar a los franquiciados y adaptar el concepto a las características específicas de su mercado.
- **Franquicia córner.** Es aquella que se desarrolla dentro de otro establecimiento comercial, con un espacio franquiciado donde se venden los productos y/o se prestan los servicios del franquiciante de acuerdo con sus especificaciones.
- **Franquicia individual.** Es concedida por el propietario de una franquicia master o por el franquiciante inicial a un inversionista individual para el manejo y operación de un solo establecimiento, en un área determinada.

---

<sup>7</sup> GONZÁLEZ CALVILLO, Enrique (1993). La experiencia de las franquicias. 1º Edición.

- **Franquicia múltiple.** A través de este tipo de contrato se ceden los derechos de abrir varios establecimientos en un área geográfica definida, a un solo franquiciado, el cual está obligado a operarlos todos sin ceder los derechos adquiridos a un tercero.
- **Franquicia de productos y marcas o Franquicia de distribución no exclusiva**  
El franquiciante otorga al franquiciado la autorización para el uso de su marca, junto con la venta de ciertos productos y/o la prestación de ciertos servicios, que generalmente son abastecidos por el mismo franquiciante a través de su licencia. El franquiciante no otorga exclusividad territorial o del producto. La calidad y la cantidad de apoyo prestada por el franquiciante son mínimas, a pesar de existir algunos requisitos.
- **Franquicia de Conversión.** Consiste en la asociación de un grupo de empresas, agencias, almacenes ya existentes bajo un formato único. El objetivo principal consiste en unir sus esfuerzos de mercadeo, mostrando una fachada única, promoviendo las ventas por medio de programas masivos de publicidad y sistematizando la calidad del servicio ofrecido al consumidor. Los primeros asociados, a su vez pueden recibir futuros franquiciados o ceder estos derechos.

### III. ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y PRIMEROS SISTEMAS DE FRANQUICIAS

#### 3.1 Antecedentes históricos <sup>8</sup>:

El desarrollo del concepto de franquicias se remonta al siglo XII, sin embargo existen dos épocas muy marcadas en el desarrollo de las franquicias como sistema comercial y de negocios: la primera a partir de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX y la segunda desde la postguerra hasta nuestros días.

El origen de la palabra franquicia se remonta a la Edad Media, en la época en la cual un soberano otorgaba o concedía un privilegio a sus súbditos quienes en virtud del mismo podían realizar actividades tales como la pesca y la caza, reservadas en todo caso a determinadas zonas del reino. Tales autorizaciones o privilegios se designaban utilizando el término "FRANC", de hecho el primer documento que muestra la concesión de una franquicia está fechado en marzo de 1232 y fue otorgado en la localidad francesa de Chambey. Igualmente en esa época la iglesia católica concedía a ciertos señores dueños de tierras autorizaciones para que actuaran en su nombre en la recolección de los diezmos debidos a la iglesia, permitiendo que un porcentaje de lo recaudado fuera para ellos a título de comisión y el resto para el Papa.

En la Edad Moderna, el primer antecedente de franquicia en Estados Unidos fue probablemente el otorgamiento a particulares por vía legislativa de la explotación de algunos servicios públicos, como fue el caso de los ferrocarriles y los bancos. De esta manera, las franquicias realizadas por el gobierno constituyeron un medio para desarrollar la prestación de servicios de una manera rápida y sin la utilización de dineros o fondos públicos.

---

<sup>8</sup> HAZOURY, Lorraine. NÚÑEZ, Maureen, ROOD, Katharine, AGRAMONTE, Carolina. Monografías sobre historia de las franquicias. <http://www.monografias.com/trabajos13/trafrang/trafrang.shtml>. Consultado Agosto de 2004.

### 3.2 Primeros sistemas de franquicias<sup>9</sup>

Las necesidades de expansión de la industria de Norte América, triunfante tras la guerra civil, lleva a los empresarios a buscar la colaboración de los comerciantes del Sur y del Oeste, aparece pues el término franquicia, y en ese momento adquiere la esencia que lo caracterizará hasta nuestros días, es decir la colaboración entre empresarios independientes para la obtención de un fin común.

En los Estados Unidos durante el periodo 1850-1860 la Singer Sewing Machine Company, resolvió cambiar su estructura básica de funcionamiento estableciendo una red de concesionarios – vendedores a quienes se les cobraba una participación por el derecho a distribuir sus máquinas de cocer en territorios específicos, debido a los altos costos laborales que implicaba tener numerosos vendedores directos. Esta empresa sembró las bases del actual sistema de franquicias de producto y marca.

La utilización masiva del sistema de franquicia por el sector privado comenzó en Norte América en 1865 al finalizar la Guerra de Secesión como forma de expansión de las actividades industriales del norte en colaboración con viajeros y comerciantes del Suroeste.

En 1898 la General Motors adoptó un sistema general ya que no contaba con los recursos para abrir puntos de comercialización propios, viéndose en la necesidad de otorgar concesiones. Las compañías petroleras y de autopartes siguieron el ejemplo logrando con este sistema expandir la distribución de sus productos sin capital y riesgos propios. En esta misma época la industria de gaseosas comenzó a utilizar igualmente el sistema de franquicias.

En 1929 el ensayo de la General Motors fue seguido por otras compañías del sector automotriz que buscaban evitar la aplicación de las leyes antimonopolio que incluían la integración vertical de los vendedores con los fabricantes de automóviles.

En 1921 la empresa Hertz Rent a Car decidió ampliar su red de distribución a través de concesiones similares a las franquicias, siendo hoy entre otras, líder mundial en el servicio de arrendamiento de vehículos con más de 370 franquicias otorgadas y 1076 puntos de operación.

A mediados de los años 30, después de la gran depresión y en el marco del gran dinamismo empresarial en Estados Unidos aparecieron en el mercado las franquicias de los hoteles y los restaurantes Howard Johnson.

Paralelamente en Francia la fábrica de lanas “La Lâiniere de Roubaix” trataba de asegurar salidas comerciales para la producción de una nueva planta y para tal efecto se asoció con un número de comerciantes al detal independientes ligados por un contrato que les garantizaba la exclusividad de la marca en un sector geográfico determinado. Además la textil Pinguin estableció negocios por todo el país mediante contratos de franquicias. En la década de los 60 la franquicia Pret-à-Porter (trajes a la

---

<sup>9</sup> WANDERLIN, Adriana. APONTE, Claudia. YRAD, Virginia, RUIZ, Luis Armando. GUTIÉRREZ, Adriana. Monografía sobre antecedentes históricos y características de la franquicia. [www.monografias.com/trabajos/franquicias/franquicias](http://www.monografias.com/trabajos/franquicias/franquicias). Consultado agosto de 2004.

medida listas para llevar) marca el comienzo del auge en el viejo continente de este modelo de hacer negocios.

Por estos hechos ocurridos en Estados Unidos y en Francia en forma simultánea es que muchos expertos sitúan a 1929 el año de nacimiento del sistema de franquicias.

Ahora bien, las franquicias dejaron de ser experimentos exitosos para convertirse en una necesidad de los comerciantes, al término de la Primera Guerra Mundial. En países como Estados Unidos creció alarmantemente la demanda de bienes y servicios, especialmente por el incremento en la población norteamericana. De esta manera, las empresas que querían ampliar sus mercados empezaron a otorgar franquicias a lo largo del territorio, pudiendo para ello contar con el concurso de un sin número de comerciantes con poca experiencia empresarial. Con el paso del tiempo, fueron consolidándose las empresas ya existentes y creándose otras empleando este valiosísimo instrumento.

El espíritu optimista del momento crea un sistema de consumismo que dio pie a la compra generalizada de todo tipo de bienes, entre las que figuró los automóviles. Al incrementar el número de automóviles, se hizo evidente la necesidad de una mejor infraestructura de carreteras, estacionamientos, se impulsó la creación de centros comerciales y se generó una férrea competencia con las tiendas, hoteles restaurantes y negocios tradicionales o familiares ubicados en los centros de las poblaciones y ciudades.

En ese momento se presentaron las franquicias como el medio ideal para distribuir cientos de nuevos productos que satisfacían las nuevas condiciones de negocios, así como la voraz demanda de los consumidores norteamericanos. Este sistema, además resolvía los problemas de falta de capital en las empresas, de controles administrativos y de control de calidad de sus productos y servicios, asegurándose así que todo se producía de acuerdo a sus requerimientos.

El boom fue tal, que de ser un sistema desconocido, años más tarde cientos de innovadores empresarios encontraron en la franquicia el sistema ideal para ampliar sus negocios.

La realidad es que las franquicias no surgieron como consecuencia del ingenio de una invención o como el resultado de una tormenta de ideas, sino por necesidad de resolver el problema que representaba la eficiente distribución de un producto o servicio. Sin embargo, los tiempos han cambiado la fisonomía del franquiciante y los tipos de franquicia han variado dependiendo de la actividad y la complejidad. De hecho, no solo la fisonomía sino su razón de ser.

### **3.3 Estado actual de las franquicias en algunos países representativos**

En los años 90 dentro de los procesos de globalización de las economías se presentó una gran explosión de los negocios de franquicias, convirtiéndose Japón en la segunda mayor potencia en este modelo<sup>10</sup> seguida de Canadá.

---

<sup>10</sup> Las franquicias en cifras. [http://www.prestigio.com.ve/site/p\\_general.asp?contenido=02BER22\\_2](http://www.prestigio.com.ve/site/p_general.asp?contenido=02BER22_2). Consultada en agosto de 2004.

Según información de la Price Water House Coopers, publicada en el artículo "The Economic Impact of Franchised Businesses" en marzo 9 de 2004 en la Revista de la Asociación Internacional de Franquicia, las franquicias han estimulado fuertemente la economía de los Estados Unidos, han generado empleo a más 18 millones de americanos, participa con el 9.5% de los negocios del sector privado de la economía. Más de 760 mil firmas han generado una producción de 1.53 trillones de dólares, casi el 10% del sector privado.

Este interesante campo no es exclusivo de los países desarrollados, las franquicias no tienen fronteras. Desde hace varios años América Latina como otros mercados emergentes transitan sus propias experiencias con un despliegue más generoso en el Brasil, siguiéndolo México, Chile, Colombia y la Argentina. También comenzó a notarse en los mercados socialistas y en los países de economía de transición; se puede decir que en recónditos puntos del planeta no faltan locales con franquicias. En muchas ciudades bajo diferentes climas y latitudes es posible degustar la famosa Big Mac, rentar vídeos de la cadena Blockbuster, dormir en la cadena Holiday Inn.

### **3.4 Análisis de la información de tres países: España, México y Estados Unidos**

Es importante resaltar el impulso y la cobertura del sistema de franquicias en los últimos años en España, México y Estados Unidos y su generación de empleo en diversos sectores y actividades económicas. Además, el análisis de estos países se realiza por ser los países de origen de los conferencistas internacionales del Foro: Dr. Manuel Bermejo de España, Dr. Ferenz Feher Tocatli de México y Charles Weeks de Estados Unidos.

Para indicar el alcance que en los tres países ha tenido el modelo de franquicias, hemos realizado el análisis de un grupo de empresas que a junio de 2004 funcionan bajo este modelo en los tres países. Las actividades de las empresas se catalogaron de acuerdo con la clasificación CIIU<sup>11</sup>, siendo las principales actividades de esta clasificación:

- ✓ D : Industrias manufactureras
- ✓ F: Construcción
- ✓ G: Comercio al por mayor, al por menor, reparaciones de vehículos automotores, motocicletas, enseres domésticos
- ✓ H: Hoteles, restaurantes, bares y similares
- ✓ I: Transporte, almacenamiento y telecomunicaciones
- ✓ K: Actividades inmobiliarias, empresarial y alquiler
- ✓ M: Educación
- ✓ N: Servicios sociales y de salud
- ✓ O: Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales

#### **3.4.1 Franquicias en España**

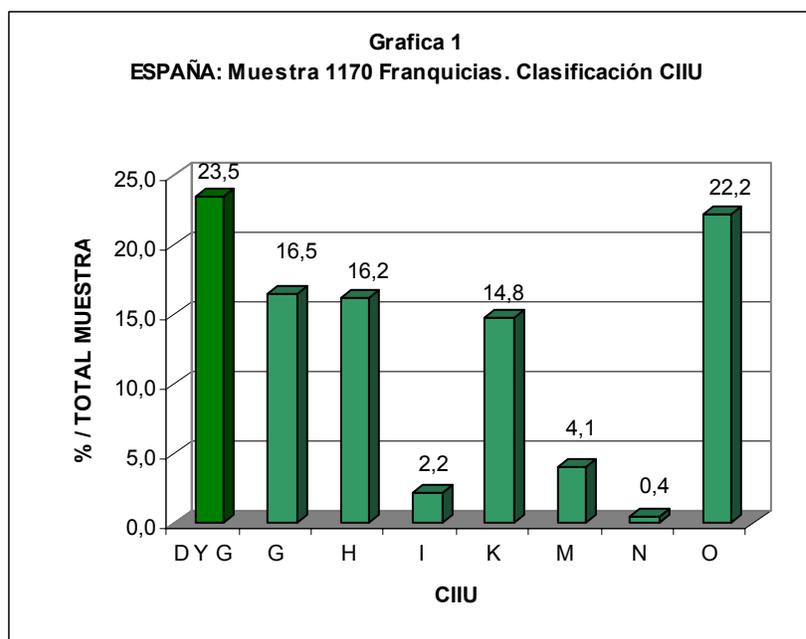
Para España se tomó un grupo de 1170 firmas <sup>12</sup>(ver gráfica 1), las más representativas son las que se dedican a la producción y comercialización al por menor de bienes

---

<sup>11</sup> CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Servicios en Línea. Junio de 2004.

<sup>12</sup> Información de empresas. [www.franquicia.net/busca\\_franq.php](http://www.franquicia.net/busca_franq.php). [www.franquicias-negocios.com/](http://www.franquicias-negocios.com/). Consultado agosto de 2004.

manufacturados –**DyG**- con una participación del 23.5% sobre el total de la muestra; las principales actividades en este grupo son los bordados, la decoración y los textiles de hogar, la lencería, el mobiliario, las prendas de vestir, productos especializados, calzado y complementarios. También se destacan las actividades de servicios comunitarios, sociales y personales –**O**- con el 22.2%, forman parte de este ítem agencias matrimoniales, centros de belleza, deportes, dietética y nutrición, centros de masaje, parques infantiles, peluquerías y salones de belleza, reparación de textiles y muebles, restauración, salud y belleza, servicios de limpieza, servicios especializados, servicios de la tercera edad, centros de bronceados, tintorerías y lavanderías, vídeo clubs y vídeo juegos, entre otros.

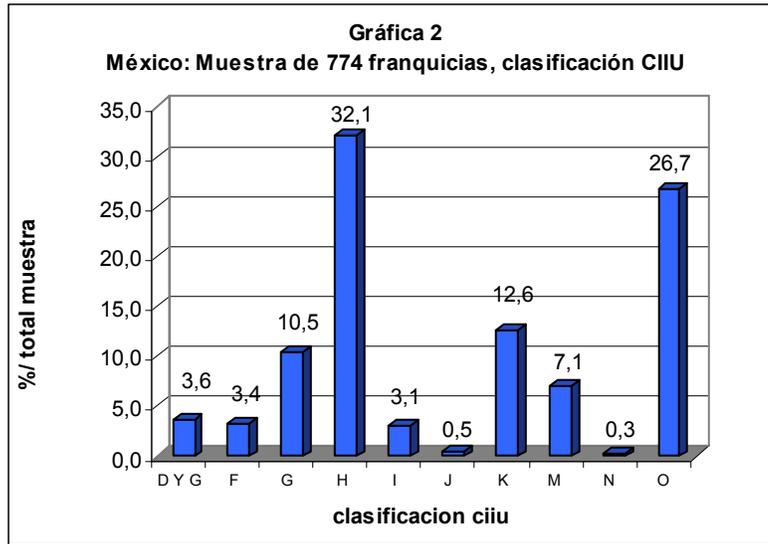


**Fuente:** Información de empresas: [www.franquicia.net/busca\\_franq.php](http://www.franquicia.net/busca_franq.php)  
[www.franquicias-negocios.com/](http://www.franquicias-negocios.com/). Cálculo y clasificación de los autores.

### 3.4.2 Franquicias en México

El análisis se realizó en un grupo de 744 firmas<sup>13</sup> (ver gráfica 2), las más numerosas tienen franquicias de hoteles, restaurantes, bares y similares –**H**- con una participación del 32.1% sobre el total de la muestra, destacándose en este grupo empresas de agua purificada, pizzas, hamburguesas, helados, pollos, restaurantes, comida típica regional, jugos, hoteles y moteles. Las empresas clasificadas en otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales –**O**- representan el 26.7% del total, se destacan las siguientes: acondicionamiento físico, belleza, tintorerías y lavanderías, parques de diversión, entretenimiento, suplementos y control de peso, salud y cuidados especializados y cosméticos, perfumes y cuidado personal.

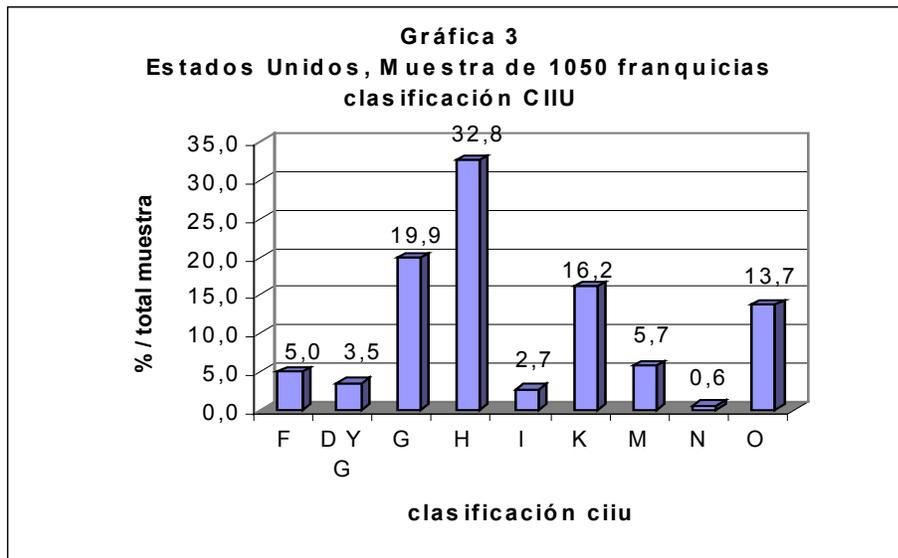
<sup>13</sup> Información de empresas. Asociación Mexicana de franquicias. [www.soyentrepreneur.com/franchise500](http://www.soyentrepreneur.com/franchise500). Consultado agosto de 2004.



Fuente Asociación Mexicana de Franquicias  
www.soyentrepreneur.com/franchise500. Cálculo y clasificación de los autores

### 3.4.3 Franquicias en EEUU

El grupo de firmas analizadas fue de 1050 <sup>14</sup>(ver gráfica 3), de ellas un 92% son de origen nacional. El 32.8% se dedican a las actividades identificadas como -H- en la clasificación CIIU: hoteles, restaurantes, bares y similares. El 13.7% de las empresas desarrollan otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales como gimnasio, peluquerías, lavanderías y tintorerías, mantenimiento y limpieza y entretenimiento.



Fuente: www.worldfranchising.com. Junio 2004 Cálculo y clasificación de los autores

<sup>14</sup> Información de empresas. [www.worldfranchising.com](http://www.worldfranchising.com). Consultado agosto de 2004.

## IV. Las Franquicias en Colombia

### 4.1 Situación actual

En Colombia como en muchos países emergentes, la franquicia está dando sus primeros pasos. Es necesario reconocer que la literatura disponible sobre el desarrollo de las franquicias en Colombia es muy escasa y la información estadística es deficiente.

Como fuentes de información se cuenta con el libro elaborado con el apoyo de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes "La franquicia en Colombia teorías y realidades" de Simón Pierre y Claudia Rebolledo, la investigación realizada por la Oficina Económica de la Embajada de España para servir de orientación a los empresarios españoles sobre el estado de las franquicias en el 2003, la publicación de Tormo & Asociados " Franquicias oportunidades de negocios 2004-2005" y los artículos publicados por ACOLFRAN en los periódicos la República y Portafolio y la información registrada en las paginas de Internet; esta documentación ha sido el soporte para la elaboración de este escrito.

La primera Franquicia en instalarse en Colombia fue Burger King en 1980, abrió siete restaurantes entre 1980 y 1986, los propietarios de esa franquicia eran empresarios independientes conectados con el mundo internacional, fue una práctica aislada no enmarcada dentro del contexto de la economía cerrada.<sup>15</sup>

A comienzos de los años 90 con el inicio de la apertura económica, las franquicias se difunden y aparecen diferentes tipos bajo los conceptos norteamericanos, entre ellas se encuentran Dunkin Donuts, Sir Speedy, PackKaging Stores, Kentucky Fried ChicKen , Pizza HUT. Domino's Pizza, McDonald's, Yoguen Fruz, Blacbuster, Dollar Rent Car, Kumon Club de Matemáticas entre otras. En 1995 operaban en Colombia 40 franquicias internacionales con muy buen ritmo de crecimiento.

Al finalizar la década de los 70 aparecen franquicias nacionales, Mimo's incurrió en el mercado de las franquicias en 1977, en 1988 se lanzó al mercado Caribú Internacional, en 1988 Kokorico, seguida de Presto y Frisby. En los años 90 surgen franquicias en diferentes actividades de producción y comercialización de bienes: Sándwich Cubano, Hamburguesas el Corral, Totto, Pronto, Palos de Moguer, Ventolini, Azucar y Jeans and Jackets, entre otros.

Entre 1992 y 1995 se calcula que la franquicia movió en Colombia una cifra superior a 20 millones de dólares, mas del 50% de los franquiciantes eran empresas colombianas que recurrieron a estos mecanismos para proyectarse en el territorio nacional. Un 2% de las compañías nacionales tenían franquicias en el resto del mundo entre ellas Klipi, Cien Años de Pandebono y Jeans & Jackets. El total de firmas vinculadas a este sistema era de 300 algunas de estas empresas tenían una larga trayectoria en el mercado (mas de 50 años), otras por el contrario eran muy jóvenes(cinco años).

Actualmente en Colombia no existe una base de datos confiable que contenga el registro de las empresas franquiciadas, esto se debe a que en nuestro país la franquicia no

---

<sup>15</sup> EMBAJADA DE ESPAÑA, OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL (2003). Investigación realizada sobre la Franquicia en Colombia 2003.

es una categoría diferente según la ley, no hay una regulación sobre el tema y las empresas que desarrollan este modelo de negocio no están obligadas a registrarse en organismos del Gobierno. La información tampoco es clara porque algunas empresas franquiciantes extranjeras no han empezado a desarrollarse en el país a través de franquicias, sino a través de puntos de venta propios y no todas las empresas que tiene una red de puntos de venta son franquiciantes.

Sin embargo, para conocer la situación actual de la franquicia en Colombia, hemos tomado como base los informes descritos al iniciar este ítem, agrupamos la información de 141 empresas que funcionan a junio de 2004 como franquicias y organizamos la información por la clasificación CIIU.

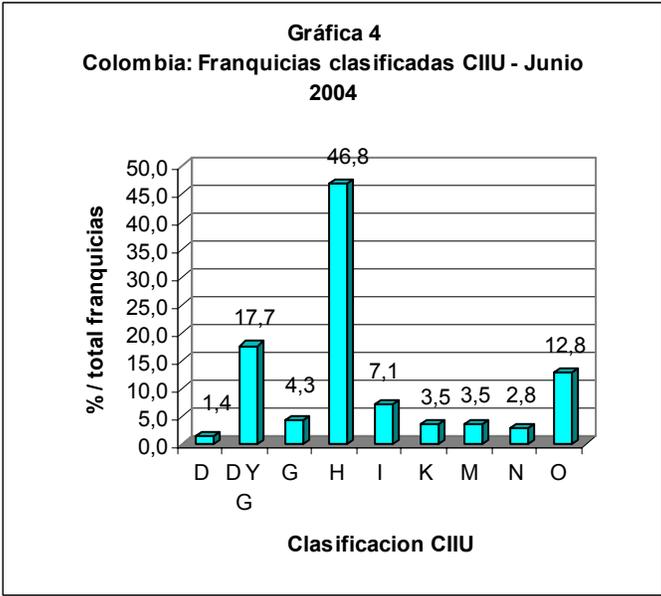
Observado las cifras podemos afirmar, que 116 empresas se encuentran desarrollando actividades dentro de ocho grupos de esta clasificación y 25 empresas integran procesos de producción y comercialización al por menor de bienes, se identifican en el cuadro 1 como la clasificación **D y G**.

**Cuadro 1**  
**Colombia: número de empresas que funcionan bajo el modelo de franquicias**

Clasificación CIIU/ País de Origen	Colomb	EEUU	Venez	España	Inglat.	Italia	Canad	Total
D. Industrias manufactureras	1	1						2
D y G Industrias manufactureras y comercio al por menor	21	3				1		25
G. Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores, efectos personales y enseres domésticos	4	1	1					6
H. Hoteles, restaurantes, bares y similares	48	14		1	1		2	66
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	6	3					1	10
K. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	2	3	1					5
M. Educación	2	2		1				5
N. Servicios sociales y de salud	4							4
O. Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	16	6		2				18
Total	97	33	2	4	1	1	3	141

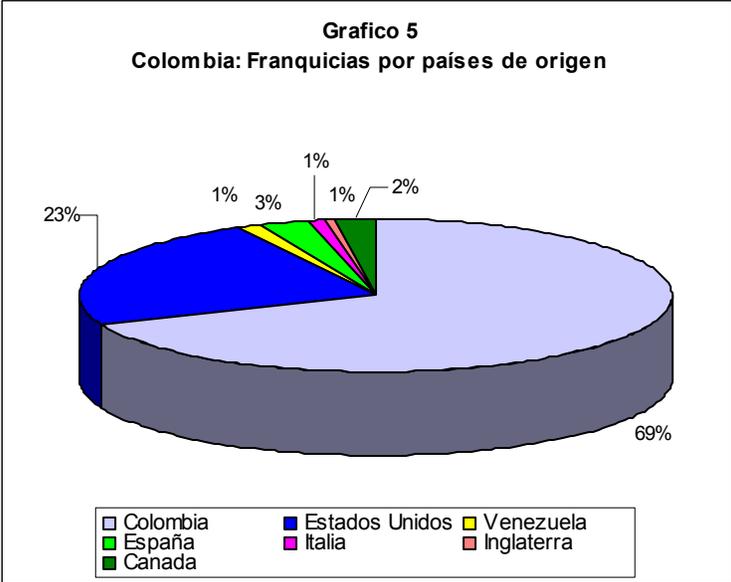
Fuente: EMBAJADA DE ESPAÑA, OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL. Investigación realizada sobre la Franquicia en Colombia 2003. ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE FRANQUICIAS. [www. centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm](http://www.centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm). Julio 2004. Cálculos y clasificación autores

En la gráfica 4 se presenta la participación de las empresas en cada grupo de actividad, encontramos que el 46.8% de las compañías desarrollan actividades bajo la clasificación - **H**- hoteles, restaurantes, bares y similares, que corresponden específicamente a comidas, helados, repostería especial, servicios integrales de café, productos de panadería, repostería, productos con base en masa de hojaldre y el servicio hotelero.



Fuente: EMBAJADA DE ESPAÑA, OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL.  
 Investigación realizada sobre la Franquicia en Colombia 2003.  
 ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE FRANQUICIAS.  
[www. centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm](http://www.centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm). Julio 2004.  
 Cálculos y clasificación autores

Según su origen, se encontraron 97 franquicias nacionales, 33 de Estados Unidos y 11 de otros países. En términos porcentuales equivalen al 69% nacionales, el 23% de Estados Unidos y el 8% constituido por empresas de Venezuela, Inglaterra, España y Canadá (gráfica 5).



Fuente: EMBAJADA DE ESPAÑA, OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL.  
 Investigación realizada sobre la Franquicia en Colombia 2003.  
 ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE FRANQUICIAS.  
[www. centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm](http://www.centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm). Julio 2004.  
 Cálculos y clasificación autores

## 4-2 Generación de empleo

Es difícil la cuantificación del empleo generado por las franquicias en Colombia, por las razones de información antes mencionadas. Sin embargo como aporte a este documento consideramos importante hacer un cálculo a partir de la muestra de empresas trabajadas, para ello realizamos la estimación del número de posibles empleos generados por actividad económica, utilizando como indicador el número de puntos de franquicias, al que se le aplicó el factor estimado en el estudio realizado en México<sup>16</sup> del número de empleos generados en cada punto de red, según el cual en cada punto de franquicia se emplea un promedio de 10.13 trabajadores.

En el cuadro 2 se presenta los resultados de esta estimación: un total de 26.720 empleos directos, de estos el 69.4% corresponde al grupo de transporte, almacenamiento y comunicaciones, generado por los puntos de 10 empresas franquiciantes<sup>17</sup> y el 18.4% corresponde a 66 empresas del sector de hoteles, restaurantes, bares y similares.

**Cuadro 2**  
**Colombia: Empresas franquiciadas y estimación del número de empleos**

Clasificación CIU	No. Empres.	No. Empleos
D. Industrias manufactureras	2	40
D y G Industrias manufactureras y comercio al por menor	25	158
G. Comercio al por mayor y al pro menor, reparación de vehículos automotores, efectos personales y enseres domésticos	6	210
H. Hoteles, restaurantes, bares y similares	66	4.920
I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	10	18.550
K. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	5	650
M. Educación	5	110
N. Servicios sociales y de salud	4	120
O. Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	18	530
Total	141	26.720

Fuente: EMBAJADA DE ESPAÑA, OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL.

Investigación realizada sobre la Franquicia en Colombia 2003.

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE FRANQUICIAS.

[www.centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm](http://www.centercourt.com/acolfran/html/afiliados.htm). Julio 2004.

TORMO 6 ASOCIADOS. Franquicias y oportunidades de negocio Colombia 2004-2005

Cálculos y clasificación autores. Estimación y clasificación autores.

<sup>16</sup> [www.soyentrepreneur.com](http://www.soyentrepreneur.com). Consultado agosto de 2004.

<sup>17</sup> Incluye Servientrega con el mayor número de puntos.

No nos arriesgamos a calcular los empleos indirectos que se generan con esta actividad por la falta de información estadística verificable, pero si debemos destacar que el efecto multiplicador es muy significativo, porque cada franquicia genera una cadena productiva con mayores niveles de permanencia en los mercados que otros modelos de negocios, en razón al control de riesgo que ofrece este modelo.

La franquicia no es la solución milagrosa para los problemas de Colombia, pero si es un modelo empresarial indispensable para la construcción de un país más próspero y equitativo, porque provee una herramienta valiosa acorde con los retos de la competitividad y la globalización, es una opción de generación de empleo y crecimiento económico. Las franquicias pueden ser un vehículo idóneo de desarrollo de destrezas empresariales y de democratización de la propiedad, de búsqueda de inversiones productivas con impacto socioeconómico<sup>18</sup>.

Por último, es importante resaltar que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de la Dirección de Regulación, vio la necesidad de liderar el tema de las franquicias y ha venido trabajando desde el año pasado con la asesoría del Icontec y de un Comité Técnico, en la construcción de un proyecto que permita la elaboración de una guía técnica, que pueda transformarse en norma técnica y posteriormente en un reglamento técnico, para garantizar el crecimiento de las franquicias bajo conceptos y metodologías claras. También considera indispensable fomentar la asociatividad de las empresas franquiciantes con el fin de fortalecer la Asociación Colombiana de Franquicias quien ha venido trabajando desde 1996, fundada por un grupo de empresarios para trabajar en asocio con proveedores y asesores en la divulgación del concepto de la franquicia en Colombia, ACOLFRAN se inspiró en las asociaciones de los Estados Unidos, México, Brasil y España.

## **4.2 Ventajas de las franquicias en Colombia**

Desde mediados de la década pasada expertos internacionales han conceptuado que muy pocos países en el mundo tienen una posición tan ventajosa como Colombia para acceder a los mercados mundiales, el ATPA permite actualmente exportar el 80% de los productos colombianos con arancel cero a los mercados de Estados Unidos. El Sistema general de preferencias generalizadas disminuye los aranceles de productos colombianos que ingresan a la Unión Europea y amplía las cuotas existentes de varios productos. Los acuerdos de libre comercio con Venezuela y Ecuador y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos permitirán aumentar el intercambio comercial con estos países.

Los que trabajan por el desarrollo empresarial en Colombia, creen que la franquicia tiene un enorme futuro, dado que el país cuenta con una base empresarial muy importante, con un enorme potencial de bienes franquiciables. Ello se apoya también en el hecho de que Colombia es un país relativamente grande y en su mayoría urbano. Un país de ciudades es un escenario propicio para la introducción de esa innovación.

Igualmente la economía colombiana es de las más estables del subcontinente, con una tasa de crecimiento económico sostenido. Cuenta con una economía estable, una clase

---

<sup>18</sup> SIGUÉ, Simon Pierre, REBOLLEDO, Claudia (2003). La Franquicia en Colombia Teorías, Realidades y Perspectivas Editorial Norma.

media emergente que dispone de recursos para el consumo y con mucho espíritu empresarial. Además es un país con un gobierno y ambiente general receptivo a las franquicias en el que se ha incrementado la demanda de productos y servicios.

Sin embargo, la legislación colombiana es compleja y en muchos casos dificulta el desarrollo de los negocios, Colombia es uno de los países en el mundo que requiere mayor número de trámites para crear una empresa<sup>19</sup>, sin embargo en áreas como el comercio internacional se ha trabajado con éxito en la simplificación de trámites, en otras áreas la legislación es insuficiente y no se aplica. Existen vacíos en cuanto a la protección de la propiedad intelectual porque el país ha ratificado pero no ha implementado completamente los acuerdos internacionales al respecto.

En Colombia se considera que el contrato de Franquicia es un contrato atípico producto de la autonomía privada expresada en la libertad contractual, a pesar del vacío jurídico existente en la materia al constituir un contrato, la franquicia debe apoyarse en las normas que regula los contratos, su contexto mismo y los principios generales del código civil.

La relación entre franquiciante y franquiciado se rige entonces por el acuerdo plasmado en el contrato entre las partes. Como no hay una ley específicamente aplicable al caso las franquicias se aplican aquellas que regulan casos o materias semejantes y en su defecto, la doctrina constitucional y las reglas generales del derecho. El contrato de franquicia se puede considerar un contrato compuesto de varios contratos como el de licencia de marca, el de transmisión de know-how, el de asistencia técnica y el de suministro, por lo cual se abre la posibilidad de aplicar diferentes normas para su ejecución<sup>20</sup>.

Además la inversión extranjera está autorizada en cualquier sector de la economía, las leyes dan flexibilidad a la contratación y movilidad a la fuerza de trabajo.

El entorno favorable para el negocio de franquicias puede resumirse en los siguientes aspectos:

- El esquema ha sido probado con éxito por el empresario colombiano y ya está implantado en forma profesional y responsable.
- El franquiciante colombiano ha experimentado los beneficios de la franquicia como sistema de expansión y mayor participación en el mercado con baja inversión de dinero, gente y tiempo fortaleciendo su marca.
- El nuevo consumidor colombiano se encuentra cada vez mejor informado y exige calidad, valor y respeto, lo cual es sinónimo de franquicia competitiva.
- En épocas de bajo crecimiento económico, bajas tasas de interés y alto nivel de desempleo calificado, la franquicia constituye una solución de autoempleo

---

<sup>19</sup> LORA, Eduardo (2001), "Obstáculo a la competitividad del comercio en América Latina", Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Investigación. [www.fenalco.com.co](http://www.fenalco.com.co). Consultado agosto de 2004.

<sup>20</sup> SIGUÉ, Simón Pierre, REBOLLEDO, Claudia (2003). La Franquicia en Colombia Teorías, Realidades y Perspectivas Editorial Norma.

porque proporciona una fuente de ingresos estable mediante una inversión de bajo riesgo adquiriendo los secretos de un negocio, entrenamiento y derechos de marca en un territorio, para quienes no tiene posibilidades ni deseos de volver a emplearse.

- La franquicia como multiplicadora de empresa es generadora de más y mejor empleo en la medida en que sus estándares de calidad, servicio, consistencia, cumplimiento, actualización tecnológica y mejoramiento continuo son mucho más altos que los ofrecidos por los negocios promedio existentes en el país.
- Áreas que presentan oportunidades para el desarrollo de las franquicias: construcción y mantenimiento, limpieza y conservación, servicios automotriz, comidas rápidas, recursos humanos, super y mini mercados, venta de computadores, alquiler de automóviles, restaurantes, hoteles, transporte, vestuario, mobiliario, educación, recreación y cultura, agencias de viaje y bienes raíces.

## V. Conclusiones y recomendaciones

Tomando como referencia la encuesta realizada a franquiciantes por Pierre y Rebolledo autores del libro " La franquicia en Colombia" y la indagación realizada para este estudio a diferentes actores comprometidos con el desarrollo de la franquicia se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones:

El futuro de las franquicias en Colombia puede verse con gran optimismo, el número de empresas en proceso de adoptar este modelo como método de expansión esta creciendo.

El desarrollo de las franquicias en nuestro país está apenas en el primer ciclo de vida, los resultados obtenidos por las franquicias pioneras son muy positivos y sirven para mostrar que este fenómeno de expansión no es solamente de los países en desarrollo.

Las franquicias extranjeras que operan en Colombia están aprendiendo de sus experiencias y las que planean expandirse en el país tienen ya referencias de éxito en el desarrollo de este modelo en el país.

Aunque el nivel de desempleo calificado es alto en el país, el número de candidatos con el interés y las capacidades de manejo y de financiamiento requeridos para el desarrollo de este modelo es reducido, en comparación con las necesidades de reclutamiento. Por ello es necesario desarrollar procesos de formación y de socialización de este modelo de negocio para que exista un mayor potencial de franquiciados que reúnan las condiciones exigidas por los franquiciantes.

Es necesario que las universidades y el Gobierno fomenten la investigación sobre el desarrollo de este modelo de negocio, con el fin de ampliar la información sobre el tema y contar con estadísticas confiables que permitan analizar su impacto en el crecimiento de las empresas y en la economía colombiana.

En la medida que este modelo se expanda es necesario buscar mecanismos de autorregulación con el fin de evitar la aparición de comportamientos poco éticos que desvirtúen el modelo de negocio. El trabajo que está adelantando el Ministerio de Comercio Industria y Turismo conjuntamente con ICONTEC, con la Asociación Colombiana de Franquicias y con algunos franquiciantes es muy importante para construir unas normas que permitan la regulación del sistema.

Es muy importante fortalecer la asociatividad de los franquiciantes colombianos ya que esto permitirá contar con un grupo líder en el tema que facilite el desarrollo estratégico de este modelo y la intercomunicación con asociaciones internacionales para fomentar su crecimiento.

Es prioritario que el sistema financiero colombiano apoye con mecanismos de crédito la financiación de los emprendedores que se animen a utilizar el sistema de franquicias para la expansión de los negocios.

La Facultad de Administración de la Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito, espera realizar aporte a la sociedad colombiana con el desarrollo de este Foro Internacional y continuará aportando para ampliar y profundizar los conocimientos sobre este tema en Colombia.

## **VI Apéndice**

En este Apéndice se presenta la investigación realizada con el fin de conocer la problemática del empleo en el mundo y en Colombia, información que consideramos necesaria para enmarcarnos dentro del tema central de nuestro trabajo "Las franquicias como medio estratégico para la generación de empleo". El proceso investigativo realizado a través de diferentes fuentes nos permitió identificar las principales características del mercado laboral colombiano, que no difieren de la problemática del empleo en los países en vía de desarrollo en el mundo.

Un mercado laboral eficiente, puede contribuir a una dinámica de crecimiento económico, mediante una demanda laboral continuada, acompañada del fortalecimiento de la inversión en capital humano y la mejora en la elección de los factores de producción, logrando de esta manera una mayor competitividad. Todos estos elementos se pueden ver reflejados en el modelo de negocio de las franquicias, como una de las estrategias que se han fomentado en los últimos años en los distintos continentes, para reducir el riesgo de las nuevas iniciativas empresariales y hacer crecer en forma sostenida los niveles de empleo, esta estrategia ha permitido no solamente la generación del empleo sino la capacitación de los empleados en nuevas tecnologías y el mejoramiento de la calidad de los productos, con beneficios muy claros sobre el consumidor.

Es por ello que en este documento donde queremos mostrar la interrelación entre las franquicias y el empleo, presentamos un capítulo que nos permite conocer el contexto de los mercados laborales en el mundo e identificar algunos aspectos que los caracterizan actualmente, así como sus tendencias a corto y largo plazo.

Los resultados nos hacen ver la necesidad que tienen los dirigentes de las economías de los distintos países y regiones del mundo, de fomentar políticas y estrategias que permitan generar empleos para los diferentes grupos de edades con el fin hacer crecer las economías, generar ingresos y mantener la población activa ocupada.

### **6.1 El mercado laboral en Colombia.**

#### **6.1.1 Empleo y Crecimiento Económico.**

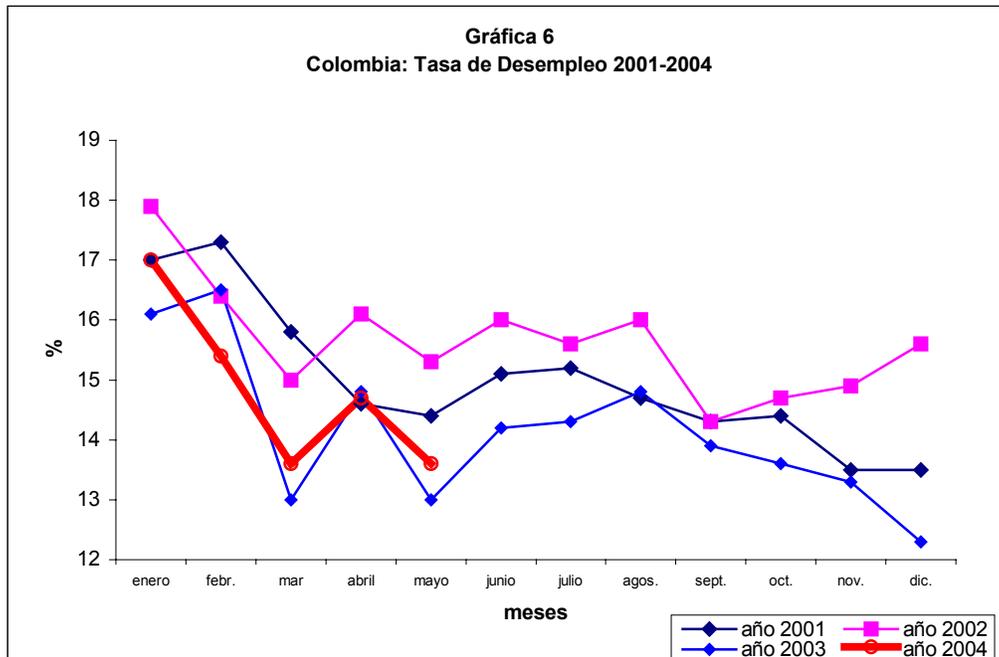
Colombia en el periodo 2000-2004 pasa por uno de los momentos más difíciles de su historia económica y social, el desempleo se constituye en uno de los problemas más graves que enfrenta el país, en especial por sus efectos en el bienestar de la población más vulnerable. Este problema tiene varias causas, unas de carácter estructural, consecuencia de la falta de acceso a la educación, la inequitativa distribución del ingreso, la rigidez en la legislación laboral y otras de corto plazo que se relacionan principalmente con el ciclo económico. La aceleración del desempleo en los últimos años se debe principalmente a la recesión económica, a la cual se suman los problemas estructurales mencionados.

El país ha mantenido un desempleo muy elevado en los últimos 10 años, el promedio de la tasa anual de desempleo era del 14% y se estima que la tasa "natural" ha aumentado del

7.5% en 1994 al 11% en el año 2001. En tiempos de la crisis económica (1998-1999) se disparó la tasa cerca al 20%, en diciembre del 2002 pasó al 115.6%, en diciembre del 2003 bajó al 12.3% y en mayo de 2004 se situó en el 13.6%, superior a la presentada en el mismo período para el 2003 en 0.6 puntos porcentuales<sup>21</sup>. De acuerdo con el DANE en mayo de 2004 en el país había 2.762.000 personas desocupadas.

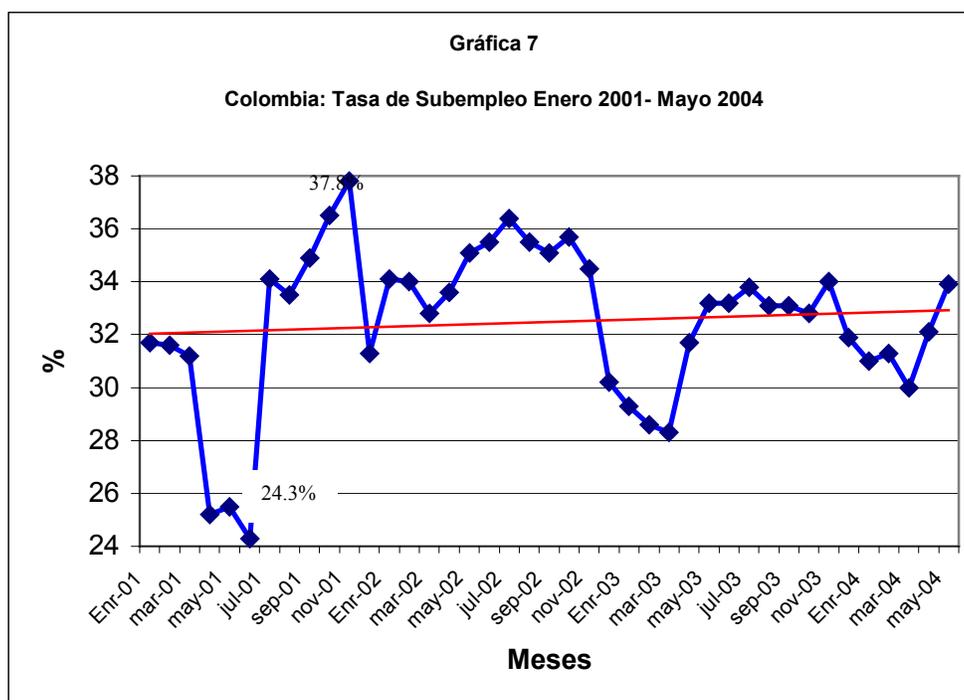
A su vez el índice de subempleo también se incrementó, paso del 30.2% en diciembre de 2002, a 31.9% en diciembre de 2003 y 33.9% en mayo de 2004.

Las gráficas 6, 7 y 8 permiten visualizar el comportamiento de la tasa desempleo nacional, la población ocupada y la tasa de subempleo mensual para el periodo 2001-2004. En la gráfica 6 se muestra el comportamiento mensual de la tasa de desempleo en Colombia, con una situación de alto índice de desempleo en el mes de enero y una disminución promedio de hasta 4 puntos porcentual al llegar el mes de diciembre. Por su parte la tasa de subempleo durante el mismo periodo, muestra una tendencia ligeramente creciente, pero variable para cada mes, siendo el mayor nivel de subempleo el registrado en el mes de agosto de 2001 de 24.3% y su mayor nivel en el mes de diciembre con un 37.8% (gráfica 7).



Fuente datos: Dane Encuesta Anual Manufacturera.

<sup>21</sup> [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co). Encuesta de Hogares DANE. Junio de 2004.



Fuente datos: Dane Encuesta Anual Manufacturera.

La Población ocupada (gráfica 8), muestra una tendencia creciente principalmente en el periodo junio-2003 a mayo de 2004, coherente con una disminución en el nivel de desempleo y como resultado de las políticas para la generación de empleo formuladas en el Plan de Desarrollo “Hacia un Estado Comunitario”<sup>22</sup>, por medio de la implementación de cuatro programas prioritarios: “i) la reforma a la empleabilidad, ii) el programa de apoyo directo al empleo, iii) el sistema de protección al cesante y el iv) el fortalecimiento de la capacitación a través del SENA”<sup>23</sup>.

Existen diferentes estimaciones en sobre la creación de empleo a partir de la implementación de estos programas, en cuanto a la impacto de la reforma de empleabilidad, cabe mencionar que el Ministerio de Protección Social “considera que el mayor ritmo de generación de empleo, la mayor estabilidad laboral, las disminuciones en el tiempo de búsqueda de trabajo y en la informalidad, pueden ser indicadores del efecto positivo de la Reforma y calculan en más de 306 mil el número de empleos generados por factores diferentes al crecimiento del PIB en el periodo 2003”<sup>24</sup>; el Departamento Nacional de Planeación, por su parte, estima que “la creación de empleo no asociado al crecimiento económico en más de 350 mil empleos”<sup>25</sup>.

Estos resultados sobre el empleo en Colombia, se presentan casi al mismo tiempo con el reporte del DANE que dio cuenta de un crecimiento del 4.08% del PIB en el primer trimestre

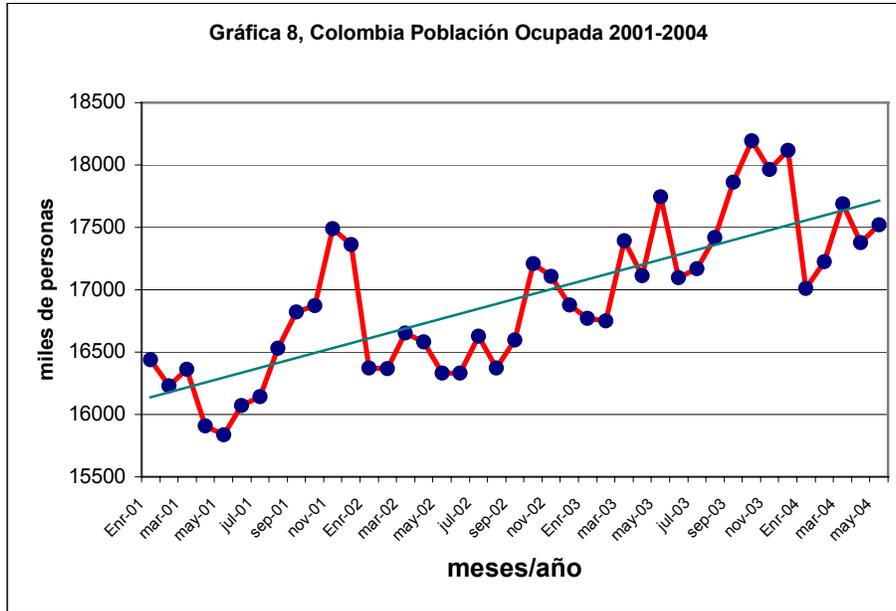
<sup>22</sup> CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL (2004). Documento Conpes 3290.

<sup>23</sup> Idem, Pág. 3

<sup>24</sup> Idem, Pág. 4

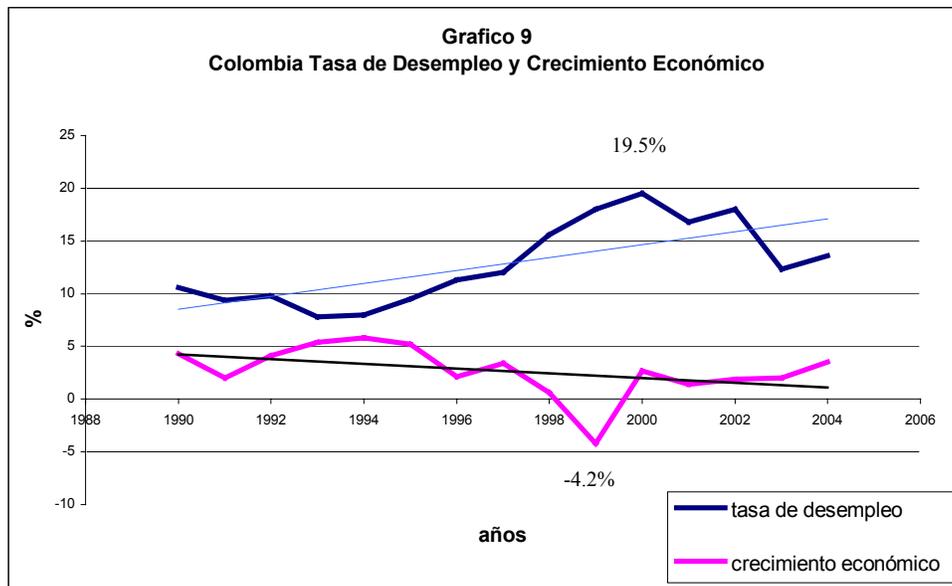
<sup>25</sup> Idem, Pág. 4

de 2004, superior al dato preliminar de la entidad y a las mismas expectativas que tenía el Gobierno sobre el comportamiento de la economía en estos meses.



Fuente datos: Dane Encuesta Anual Manufacturera.

A lo largo de la historia colombiana, se ha considerado que el crecimiento económico es uno de los principales caminos para generar empleo, situación que se evidencia al revisar los resultados de estos indicadores durante el periodo 1990-2004 (gráfica 9), mostrando una relación inversa entre la tasa de desempleo y el crecimiento económico.



Fuente datos: Dane Encuesta Anual Manufacturera.

No obstante, los promedios móviles calculados por Planeación Nacional muestran que a pesar de la recuperación de la economía en lo corrido de 2004, el ritmo de crecimiento del empleo se ha desacelerado. Las tendencias de largo plazo muestran la necesidad de consolidar la recuperación económica, aún más al tener en cuenta los importantes crecimientos que se vienen presentando en la TGP y que se han acentuado a partir de la crisis económica de los años 90.<sup>26</sup>

En la economía colombiana coexiste un sector moderno con los sectores informales urbano y rural siendo este último más tradicional. El sector informal urbano emplea a cerca del 60% de la población activa;<sup>27</sup> produce alrededor del 40% del PIB; representa aproximadamente el 70% del total del subempleo y el 75% del subempleo pobre. El sector informal rural tiene cerca del 90% de la fuerza laboral rural y presenta un comportamiento similar al del mercado laboral informal urbano. En el mercado laboral informal los salarios son más flexibles que en el mercado estructurado.

Aproximadamente el 50% de los trabajadores del sector informal lo son por elección propia y aducen como razón la mayor flexibilidad salarial y los altos beneficios como justificación para su ingreso en el sector no estructurado. Este grupo no está cubierto por las prestaciones sociales básicas.

Las características de la oferta laboral del país dependen de factores de largo plazo como el crecimiento de la PET y el comportamiento de la tasa de participación laboral. Respecto a los determinantes de largo plazo es importante mencionar una serie de cambios culturales, institucionales y económicos, como la caída de la tasa de natalidad, el mayor acceso educativo de la mujer, el cambio de los roles al interior de las familias, la transformación del mundo productivo hacia una mayor participación de los servicios.

Respecto a los de corto plazo se puede explicar en parte por la incorporación de las mujeres al mercado laboral, como consecuencia del ambiente recesivo de la economía, que también ha motivado a miembros secundarios de la familia, especialmente los jóvenes a buscar empleo. En efecto, la caída de ingresos de los hogares así como el aumento en la tasa de los jefes de hogar han incidido en las decisiones de participación de los miembros secundarios de las familias como una estrategia para mejorar sus ingresos.

En uno de los estudios contratados por el Gobierno como soporte para desarrollar el programa de capacitación "Jóvenes en Acción" <sup>28</sup>, llega a establecer las siguientes características importantes de la demanda de trabajo para las principales capitales del país:

Para el año 1999 se debe resaltar la importante participación de los sectores de servicio y comercio que absorben gran parte de la mano de obra. Esto es, de esperarse si se tiene en cuenta la creciente importancia que ha venido mostrando estos sectores dentro de la estructura productiva del país. No obstante el sector industrial sigue siendo significativo para todas las ciudades, aunque las condiciones estructurales no son las mismas. En

---

<sup>26</sup> DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (2004). Informe de seguimiento al empleo DNP.

<sup>27</sup> GIUGALE, Marcelo M. FOURCADE, Oliver Fourcade, FOURCADE, Connie (2003). Colombia fundamentos económicos de la paz. Banco Mundial Editorial Alfa Omega.

<sup>28</sup> RAMÍREZ GUERRERO, Jaime y CASTRO MENDOZA, Óscar (2003). Análisis sobre la demanda de mano de obra a partir de la información de los anuncios clasificados. Empleo y Desempleo en Colombia DNP.

segundo lugar se destaca el gran tamaño por trabajo poco calificado, es decir por personal cuya formación académica no sobrepasa el grado 11.

Además se encontró que la demanda por profesionales con estudio de especialización es casi nula. También es posible resaltar la preferencia de las empresas por trabajadores jóvenes, respecto a los tipos de ocupación requeridos, la mayoría de los cargos demandados por las firmas se relacionan con las labores de ventas y de servicios.

Las ocupaciones relacionadas con cargos administrativos, profesionales de oficina, técnicos y operarios fueron menos relevantes, destacándose que en Medellín la demanda de operarios y técnicos se coloca por encima de los empleos profesionales, esto puede estar muy relacionados con la importancia que posee todavía el sector manufacturero e industrial en la región, el cual por sus características productivas al parecer capta una buena parte del personal con calificación técnica.

En la fase recesiva de la economía, el desempleo ha afectado a la población en varias direcciones<sup>29</sup>: en primer termino a pesar de que se incrementa en todos los grupos de edad, su efecto ha recaído especialmente sobre los grupos más jóvenes de la población con un mayor énfasis en las mujeres, mientras que en los hombres menores de 25 años, la tasa de desempleo en el período 1997-1999 se eleva en más de 7 puntos, después de esta edad el aumento es significativamente menor. En el caso de las mujeres el incremento para las edades jóvenes supera los 12 puntos y aunque se reduce al pasar los 24 años, siempre es superior al de los hombres.

En segundo termino, el desempleo rural comienza a crecer a partir de 1995 particularmente para la mujer, su gravedad radica en que los altos niveles de desempleo en esta zona se constituye junto con la violencia en el principal factor de expulsión hacia las cabeceras municipales, con el consecuente recrudescimiento del problema urbano. Y tercer término, afecta a las poblaciones más vulnerables el 40% más pobre.

De la misma manera, el tiempo de búsqueda de empleo ha alcanzado una mayor duración, lo cual tiene un efecto perverso al reducir paulatinamente la empleabilidad de la persona.

Durante la década de los noventa se generó un aumento continuo en los niveles de escolaridad de la PEA, marcado por el mejoramiento de los niveles educativos de las mujeres que ingresan a la fuerza laboral. Este aumento de la escolaridad de las mujeres se ha convertido en un determinante de la participación laboral femenina y en un factor de mejoramiento de la calidad de la población económicamente activa en el largo plazo.

Hay un aumento de los requerimientos educativos en todos los grupos de ocupación. La proporción de ocupados con educación superior se generaliza en grupos tales como los de profesionales y técnicos y aumenta en forma importante para el personal administrativo. La secundaria se hace más frecuente en los grupos de comerciantes, trabajadores de los servicios obreros y operarios calificados. Por posición ocupacional se hace cada vez más necesario una mayor calificación para estar en el mercado de

---

<sup>29</sup> BALDIÓN, Edgar W y SARMIENTO, Alfredo G (2003). Educación y fuerza de trabajo. Empleo y desempleo en Colombia, DNP 2003.

trabajo y cada vez es menor la absorción de personal sin educación en el mercado laboral

### **6.1.2 Política de Empleo**

En Colombia, el análisis e implementación de acciones para disminuir el nivel de desempleo ha sido prioritario para todos los gobiernos. En el Plan de Desarrollo "Hacia un Estado Comunitario 2003-2006", se plantea como un objetivo nacional: "Impulsar el crecimiento económico sostenible y la generación de empleo bajo un ambiente de estabilidad macroeconómica y de precios, garantizando la sostenibilidad de la deuda pública y un adecuado acceso de la economía colombiana a los mercados financieros y de bienes y servicios"<sup>30</sup>.

Actualmente el Gobierno Nacional tiene previsto desarrollar o continuar desarrollando las siguientes acciones relacionadas con la generación de empleo: eliminación de recargos salariales, incremento del número de contratos de aprendizaje, reducción en los costos de despido como en los aportes parafiscales, el subsidio temporal hasta por seis meses dirigido a las micro, pequeñas y medianas empresas que generen nuevos puestos de trabajo, se desarrollará el sistema de protección al desempleado para mantener la calidad de vida y compensar en forma parcial y temporal su reducción de ingresos, se promoverá la creación de bolsas virtuales de empleo y se crearán y establecerán estrategias de generación de empleo para las mujeres y hombres mayores de 50 años.

Además, es importante resaltar que también se prevé estrategias de promoción para la micro, pequeña y mediana empresa, son principalmente: "medidas que construyan confianza al interior del mercado financiero y racionalización de la banca de desarrollo buscando una mayor coherencia e impacto en el crédito de fomento otorgado por los establecimientos financieros y en segundo lugar, la ejecución de programas que desarrollen competencias empresariales básicas en los microempresarios: que contribuyan a la diversificación productiva y a la generación de mayor valor agregado de los productos microempresariales, los cuales serán financiados con recursos provenientes del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, Fomipyme, estructurando proyectos a partir de la demanda de servicios de los microempresarios organizados por renglones productivos y ubicación geográfica. De igual manera se desarrollarán programas y proyectos que vinculen a los empresarios con nuevos mercados, estableciendo alianzas comerciales y desarrollo de marketing de los productos, propiciando a su vez el fortalecimiento de sus organizaciones empresariales y gremiales, buscando incrementar capacidad de negociación frente a mercados y economías de escala"<sup>31</sup>.

Es importante resaltar que el SENA viene desarrollando programas que contribuyen a la generación de empleo. Las iniciativas del SENA respecto a las políticas de generación de empleo se "relacionan con el emprendimiento y la creación de empresas, el apoyo a los programas de innovación y desarrollo y la atención a las micros, pequeñas y medianas empresas. En el campo del emprendimiento y la creación de empresas, el SENA además de incorporar el desarrollo de competencias de emprendimiento en sus programas, cuenta con los recursos para la cofinanciación de proyectos empresariales con altos

---

<sup>30</sup> CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 812 de 2003. Junio 27 de 2003. Artículo 1º.

<sup>31</sup> Idem, Artículo 8, literal B.

contenidos de innovación y desarrollo tecnológico, aportando a manera de capital semilla. Adicionalmente el SENA y el Gobierno Nacional han constituido el Fondo Emprendedor, un instrumento que busca facilitar el acceso al capital y, apoyar los proyectos productivos que integren los conocimientos de los emprendedores con el desarrollo de las mini cadenas, cadenas y clusters regionales, enfocando sus recursos a empresas constituidas por asociaciones entre aprendices, estudiantes de programas profesionales de los dos últimos semestres o recién egresados de cualquiera de los programas de las entidades de formación ”<sup>32</sup>.

Por último, es de gran trascendencia para la generación de empleo en Colombia, el programa de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colciencias, que propende por la promoción de la investigación; en asocio con el SENA, viene desarrollando la promoción y el desarrollo de la investigación aplicada y el desarrollo tecnológico dirigido a mejorar la competitividad de los sectores productivos; y con la participación de entidades de educación superior, financiar proyectos que generen aportes para el progreso, desarrollo social, económico, tecnológico y cultural.

## **6.2 El empleo en el mundo**

Hemos tomado como documento de referencia elaborado por la Organización Internacional del Trabajo –O.I.T.- “Tendencias mundiales del empleo 2004”. En este documento se realiza un análisis de las tendencias de crecimiento del empleo en las diferentes regiones del mundo en el 2003, un comparativo con el crecimiento de las economías y presenta cuales son las perspectivas de los mercados laborales en el mundo a corto y mediano plazo.

La O.I.T.<sup>33</sup> para realizar su análisis sobre la situación del empleo en el año 2003 y sus perspectivas para el futuro, divide en ocho regiones el mercado laboral del mundo: 1) Región Industrializada, agrupa a 33 países de Europa, América del Norte, Australia y Asia; 2) Región de Economías en transición, conformada por 27 países de los Estados Bálticos, Europa Central y Oriental; 3) Región de Asia Oriental constituida por 8 países de este continente; 4) Región de Asia Sudoriental formada por 8 países; 5) Región de Asia Meridional, 25 países; 6) Región de Oriente Medio y África del Norte, conformada por 22 países; 6) Región de África Subsahariana, 48 países; 8) América Latina y el Caribe constituida por 48 países.

### **6.2.1 Región Industrializada**

Según el análisis planteado por la O.I.T, las características de los mercados de trabajo de las economías industrializadas son muy variadas; hay diferencias en la estructura y la composición de su población activa. En este grupo de países a partir de 1998, la tasa de desempleo bajó en un 0,1 %, debido a una ligera mejoría en los grandes mercados de trabajo europeos.

Durante el periodo 1993 – 2003, el estudio muestra, que la población activa en la región creció en un 0,8 % anual y la proporción del empleo con respecto a la población total

---

<sup>32</sup> CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA y SOCIAL (2004). Documento CONPES 3290. Junio 7.

<sup>33</sup> O.I.T (2004). Tendencias mundiales del empleo 2004.

pasó de un 55,4% a un 56,1%. Las mujeres y los trabajadores de edad fueron los grupos más beneficiados, al conseguir una mayor participación en el mercado laboral, por el contrario en los jóvenes se presentó una disminución.

En la Unión Europea las tasas de empleo femeninas ayudaron a generar estas diferencias en las regiones: en las economías escandinavas, Suiza y los Países Bajos, el 60 % de la población tiene empleo, mientras que en países de Europa meridional como Italia, Turquía y Grecia la población empleada es inferior al 45%.

La OIT establece para esta región un crecimiento del PNB para el año 2003 de 1.8 %, en las grandes economías no europeas la tasa de crecimiento fue del 2%, debido principalmente al comportamiento del Japón y en las economías europeas, el crecimiento fue de un 1,5% a causa de la debilidad de las economías francesa y alemana.

Las perspectivas en el corto plazo según la O.I.T. son relativamente optimistas, prevé un crecimiento más vigoroso del PNB en toda la región y espera que las empresas estarán más dispuestas a aumentar el número de empleados. La capacidad de recuperación de los mercados de trabajo europeos indica, que un crecimiento mayor irá acompañado de una mejora de los indicadores del empleo.

A más largo plazo, la estructura demográfica de la población repercutirá poderosamente en la composición de la población activa de las economías industrializadas. Se piensa que del año 2004 al 2015 aumentará sensiblemente la proporción de la población de 65 ó más años de edad, con las dificultades consiguientes para los sistemas nacionales de seguridad social y la necesidad de que las personas trabajadoras, coticen una parte mayor de su salario para que sea posible mantener las prestaciones.

En las grandes economías no europeas, en las cuales la edad media de la población es más baja y las tasas de fecundidad más altas que en Europa, la tarea pendiente es crear oportunidades de empleo para una población cada vez más numerosa que debe amoldarse al vigoroso crecimiento de la producción.

En los Estados Unidos, se incorporan desde 1999 todos los años 2 millones de personas, el crecimiento del empleo a corto plazo tendrá que ser mayor al actual, para cubrir no solamente los puestos que desaparecieron por causa de la recesión, sino también los necesarios para cubrir los nuevos mercados y la innovación tecnológica.

La situación mundial dependerá cada vez más del desarrollo de economías en rápido crecimiento como China, no solamente porque a este país le corresponde la cuarta parte de la población activa mundial, sino porque toda la región saca provecho del crecimiento de la demanda en China, con el impacto consiguiente en sus mercados de trabajo. En este país el desarrollo depende de la creación de un mercado de trabajo más dinámico, de la reestructuración de la empresas estatales, de la reforma del sistema financiero, del desarrollo del sector de los servicios y de la transformación del sector agrícola.

### **6.2.2 Economías en transición**

Según la O.I.T en los mercados de trabajo de las economías en transición, ha influido poderosamente el paso de una economía de planificación centralizada a otra de mercado. Debido a la profunda crisis derivada de esa transición y a los grandes cambios estructurales, los mercados de trabajo de la región han estado en constante cambio.

El desempleo preocupa porque reviste grandes proporciones, un gran número de trabajadores quedan excluidos de la economía formal y se pasan a la economía informal. Además, hay grandes diferencias entre los mercados de trabajo de la región, en particular en el caso de las economías que se incorporan a la Unión Europea (UE).

En la región la población empleada disminuyó de un 58,8% en 1993 a un 53,5 % en el año 2003. Las tasas de desempleo han sido relativamente estables en la región, pasando de un 9,4% en el 2002 a un 9,2% en el 2003.

En las economías de Europa Central y Oriental las tasas medias de desempleo son relativamente mayores que en las demás economías en transición, pero esto se debe en parte a que los regímenes de prestaciones son más generosos en las economías de Europa central y oriental. No obstante, en la República Checa, Eslovenia, Hungría y Rumania, las tasas de desempleo son inferiores al promedio regional y han disminuido desde los comienzos del decenio.

Un fenómeno particularmente inquietante en todas las economías en transición es el desempleo juvenil, que ha pasado de un 19,3% en el año 2002 a un 18,6 % en el año 2003. Esto es especialmente preocupante en los países de Europa central y oriental, que tienen las tasas de desempleo juvenil más altas de Europa, debido principalmente al déficit de la demanda y a factores estructurales como la poca idoneidad de la educación, la inexistencia de una información adecuada y restricciones de movilidad.

La O.I.T. prevé a corto plazo que el PNB seguirá creciendo a la vez que se ampliará el mercado de trabajo y a largo plazo se espera una disminución del número de trabajadores pobres. No obstante, las proyecciones dependen muy directamente del aumento de la producción en la Unión Europea, de la estabilidad política de la región y de las políticas para resolver el problema de desempleo juvenil.

Además se considera que en estas economías mejorará en cierta medida la situación del mercado de trabajo gracias a las inversiones extranjeras, al crecimiento de la demanda interna, al auge del comercio y la liquidación de los problemas inherentes a la transición. Aunque las perspectivas del empleo son relativamente positivas, el impacto del VIH/SIDA en el largo plazo puede ser una amenaza socioeconómica para Ucrania y para la Federación de Rusia, que tienen la proporción mayor de casos de VIH positivos del mundo.

### **6.2.3 Asia Oriental**

A pesar de una excelente tasa de crecimiento del PNB, superior al 7%, el desempleo creció, debido principalmente a su aumento en China, a causa del fortalecimiento del

sector industrial y de servicios, sectores que ocupan un menor número de trabajadores que el sector agrícola y por la reorganización del sector público.

La región tiene la tasa de crecimiento de la población activa más baja en los últimos diez años 1.3%, debido principalmente a la impresionante disminución del crecimiento demográfico. La tasa de participación de la población activa en China era del 79% en el año 2003 y en los demás países de la región del 60%. En esta región es mayor la tasa de participación de la mujer en el mercado laboral.

El desempleo es un fenómeno relativamente nuevo en la región y reducido, en el año 2003 fue de 3.3%. Las tasas de desempleo de los jóvenes son bajas en comparación con otras regiones. Pese a lo anterior, los trabajadores pobres representan el 18% de las personas que trabajan.

Se prevé a corto plazo que el PNB de la región crecerá tanto como en los diez años últimos, esto es, en más de un 7 % anual, debido al aumento de las exportaciones, intrarregionales y extrarregionales, con lo cual dependerá menos de otras regiones.

Los factores de riesgo de la región son: las amenazas de terrorismo, una posible reaparición del Síndrome Respiratorio Agudo Severo SRAS, la indispensable reforma de la banca y de las compañías, la dotación de infraestructura en las zonas urbanas como en las rurales y la mejora en la gobernabilidad pública y empresarial.

#### **6.2.4 Asia Sudoriental**

La población activa de Asia sudoriental ha aumentado al ritmo de un 2,4 % anual en los últimos diez años, la población activa urbana crece más deprisa que la rural, con la tensión consiguiente en los mercados de trabajo urbanos. En la región dos tercios o más del empleo total corresponden a la agricultura. El desempleo disminuyó sensiblemente en el año 2003, al mismo tiempo que aumentaron las tasas de participación de la población activa.

En algunos países, en particular Indonesia y Filipinas, el subempleo sigue siendo un problema grave y por consiguiente, la proporción relativa de trabajadores pobres sigue siendo alta. La tasa de desempleo juvenil es mucho mayor que la de los adultos y en los diez años últimos se ha multiplicado casi por dos.

La tasa media de crecimiento del PNB fue de un 4,4 %, la región volvió a sus tasas históricas de crecimiento del decenio de 1990. Después de haber padecido en el año 2001 las consecuencias de la recesión mundial, el 2002 fue un año de sólida recuperación del PNB en gran parte de la región de Asia sudoriental.

En el corto plazo se tiene prevista una tasa de crecimiento del PNB del 4,5% y un crecimiento más lento de la población activa, lo cual aliviará en cierta medida la situación de los mercados de trabajo.

Algunas economías de la región, entre ellas Fiji, Malasia, Tailandia y Viet Nam, tienen grandes probabilidades de reducir a la mitad el desempleo y el número de trabajadores pobres de hoy.

A la Región se le presenta la oportunidad de reducir no solamente el desempleo sino también el número de trabajadores pobres, siempre y cuando las economías de menor desarrollo alcancen un crecimiento del empleo y del PNB similar a los conseguidos en los últimos años por las economías más prosperas de la región.

### **6.2.5 Asia Meridional**

En Asia meridional, la población activa ha tenido un crecimiento anual del 2,3 % en los diez últimos años. Las tasas de participación en la población activa siguen relativamente bajas en comparación con las de otras regiones del mundo, esto se debe en parte a la enorme disparidad entre las tasas femeninas y las masculinas. El hecho de ser joven y de sexo femenino entraña un riesgo máximo de desempleo: en el año 2003, la tasa global de desempleo juvenil fue del 13,9 %, la tasa de desempleo femenino del 15,9%, en comparación con el 13% de desempleo masculino.

El número de trabajadores pobres representó en el 2003 el 40% de las personas que tienen trabajo. La mayoría de los empleos se crearon en la economía informal y ésta representa más del 90 % de la economía total en la India

Aunque las economías de Asia meridional pusieron de manifiesto su capacidad de recuperación durante la recesión económica mundial, en el año 2002 el crecimiento del PNB se hubiera mantenido por encima del 4,8%, de no haber sido por las malas condiciones meteorológicas y el declive de la producción agrícola en la India, Nepal y Bangladesh. Además, en ciertas economías disminuyó el turismo a causa del SRAS y de la guerra en Irak.

En Pakistán y en Sri Lanka progresó el crecimiento en el año 2002, debido en parte a un intenso consumo por el Estado en Pakistán y a un próspero sector de los servicios en Sri Lanka. Para el año 2003, el crecimiento fue ligeramente superior al 5% a consecuencia de una buena producción agrícola, de la recuperación de la demanda externa e interna y de una mayor estabilidad política.

El crecimiento de la región depende en gran medida de los logros de la India, cuya proporción del PNB regional es de un 80 % y de la posibilidad de resolver problemas estructurales del mercado de trabajo como los siguientes: el alto grado de desempleo en algunos países, el gran número de trabajadores pobres, especialmente en la economía informal, el hecho de que los sectores de gran productividad absorban una parte muy pequeña de una mano de obra cada vez más numerosa y el bajo nivel de instrucción en comparación con otras regiones del mundo.

Se prevé en el corto plazo una tasa de crecimiento del PNB superior al 5%, pero tampoco parece probable que cambie la tasa de desempleo. Si no se opta por crear empleos en la economía formal y no en la informal, no disminuirá el número de trabajadores pobres. La población activa de Asia meridional crecerá algo más de un 2% al año entre los años 2003 y 2015, con lo cual se incorporarán todos los años más de 13 millones de nuevos trabajadores al mercado de trabajo.

La reducción del número de trabajadores pobres traerá un aumento de la demanda interna, que permitirá disminuir su dependencia de los mercados externos. Es necesario la

reestructuración empresarial y financiera, la mejora de la competitividad, la estabilidad política y lograr un mayor seguridad regional.

### **6.2.6 Oriente Medio y África del Norte**

La tasa de desempleo de la Región fue de un 11,9 % en el año 2002 y de un 12,2 % en el 2003. Las tasas de desempleo oscilan entre un 1% en Kuwait y más del 25% en Argelia, en la Orilla Occidental y en la Franja de Gaza. Las tasas de desempleo juvenil son las más altas del mundo, en el año 2003 estaba sin empleo el 25,6 % de los jóvenes de la región, las tasas de desempleo femeninas fueron del 31,7 % y las masculinas del 22,7 %.

Las economías de la región siguen caracterizándose por un crecimiento rápido de la población, los mercados de trabajo tuvieron que acoger a 3,6 millones de personas cada año.

La agricultura sigue siendo un sector importante para el empleo rural. El empleo agrícola es principalmente de carácter informal, está organizado en unidades familiares y tienen una productividad muy baja. En los mercados de trabajo urbanos coexisten tres tipos de empleo: en la administración pública, en las empresas controladas por el sector público y actividades privadas de carácter informal.

La estabilidad de las economías ha sido afectada por guerras, conflictos civiles y la imposición de sanciones, trayendo como consecuencia el incremento del desempleo, el subempleo y la pobreza, como es evidente en Argelia, Djibouti, Iraq, Líbano, la Orilla Occidental, la Franja de Gaza, Somalia y Sudán.

En el año 2002 África del Norte tuvo unas condiciones meteorológicas adversas y la lenta recuperación de la demanda europea repercutió en las exportaciones fabriles de la región. Debido en gran parte a los efectos positivos de los precios del petróleo para las economías exportadoras, el crecimiento del PNB en el año 2002, fue de un 3,2 %, al recuperarse de nuevo la economía mundial en el segundo semestre del 2003, el crecimiento global fue ese año superior al 4%.

Se prevé un crecimiento mayor del PNB gracias al progreso del turismo y de la demanda externa. Si ocurre esto, la región volverá a su ritmo de crecimiento de los diez años últimos, la población activa crecerá en un 2,6% entre los años 2003 y 2015, por lo que habrá casi 4 millones de nuevos trabajadores cada año. En particular, los jóvenes que ingresen en el mercado de trabajo tendrán pocas probabilidades de que mejore su situación en los años venideros, si no se da una importancia central al empleo en la política económica y social.

El futuro es todavía sombrío. Las perspectivas de crecimiento y empleo duradero podrían mejorar por medio de la reforma de los regímenes comerciales, promoviendo las inversiones, aprovechando las posibilidades de exportación de productos no petroleros e intensificando el comercio en la región. La expansión del comercio debe ir unida a una mejor gobernabilidad de las instituciones públicas.

### 6.2.7 África Subsahariana

La región tiene una tasa de crecimiento de la población activa del 2,8 %, un número cada vez mayor de personas rivalizan por un número muy limitado de puestos de trabajo en la economía formal. El otro problema es el VIH/SIDA, al igual que en las economías asiáticas, del Caribe y en transición.

Los problemas de desempleo, así como de subempleo, son en gran medida de carácter estructural. La mayoría de las personas que tienen trabajo siguen ganándose la vida con actividades poco productivas, mal remuneradas y de supervivencia en un sector agrícola (principalmente informal) campesino o de subsistencia, que se caracteriza por un subempleo estacional, con ingresos bajos. De ahí que los trabajadores pobres lleguen casi a 45% del número total de personas que tienen trabajo.

Las tasas de desempleo no han progresado en los primeros años del nuevo milenio. En el año 2003 la tasa media de desempleo era casi la misma que en el 2002, un 10,8 %, por lo cual estaban sin trabajo 29,7 millones de personas. Se estima que las tasas de desempleo de las personas de 15 a 24 años de edad, son el doble que las de la población activa total. En los períodos de recesión económica, los jóvenes tienen más probabilidades de no tener empleo o de perderlo, que los adultos. En el año 2003, no tenían empleo 18,6 millones de jóvenes (7,2 millones de los cuales eran de sexo femenino), lo cual supone una tasa de desempleo juvenil del 21 %.

La educación tiene baja cobertura especialmente en el caso de las mujeres, pero el nivel de alfabetización ha mejorado desde el decenio de 1980. A ello se suma el hecho de que el contado número de jóvenes que han cursado estudios superiores desean irse de la región, por no haber en ella oportunidades de empleo.

En los cinco años últimos el PNB ha crecido en promedio en 2,9 %. En el año 2002 la tasa de crecimiento del PNB en la región fue de un 3,2 % y en el año 2003 de un 3,6 %. El nivel de desempleo no ha disminuyó el nivel de desempleo, como tampoco el elevado número de trabajadores pobres. La región se debe enfrentar a la presión del VIH/SIDA al mercado de trabajo y al éxodo persistente de especialistas y profesionales, situación que priva a la región de un necesario capital humano.

Se prevé que la tasa media de desempleo de un 10,9% en el año 2003 disminuirá ligeramente, debido sobre todo al mayor crecimiento del PNB en la región, pero también a una mayor estabilidad política en algunas de las economías afectadas antes por un conflicto.

Más de 29 millones de personas estarán desempleadas y 110 millones de las personas empleadas serán trabajadores pobres, que no podrán proporcionar a sus familiares unas condiciones de vida decentes. A largo plazo, la población activa del África subsahariana pasará de 271 millones en el año 2003 a 366 millones en el 2015. La población activa urbana crece más deprisa que la rural. Para el año 2015 el 50% de la población activa total residirá en zonas urbanas, con la tensión consiguiente en los mercados de trabajo urbanos.

Para reducir a la mitad el desempleo y el número de trabajadores pobres sería necesario que se multiplicara por tres la tasa de crecimiento del PNB, lo cual es prácticamente

irrealizable en el caso de la mayoría de las economías. Aunque en el África subsahariana es hoy más satisfactorio el desarrollo económico y ha mejorado el capital humano, sigue siendo la región más pobre del mundo y las perspectivas son sombrías, especialmente porque sigue padeciendo el azote del VIH/SIDA.

### **6.2.8 América Latina y el Caribe**

La economía de los países de América Latina comenzó a recuperarse durante el año 2000, luego de un período de recesión ocasionado por los ajustes que se aplicaron en 1998 y 1999. Fue la región más directamente afectada en el año 2001, en lo que se refiere al aumento de la producción y a la pérdida de empleos en la económica mundial.

La mejora del empleo ha sido muy lenta, la tasa regional de desempleo disminuyó en un punto porcentual, sus causas puede ser la recuperación de Argentina y un menor crecimiento de la población económicamente activa. Todo parece indicar que los mercados de trabajo de la región se están recuperando del periodo de recesión, así como de las crisis nacionales de los últimos años.

La tasa de desempleo varía mucho de una economía a otra, de un 2% en Guatemala a más del 15% en Argentina. Venezuela es la única economía de la región en la cual aumentó sensiblemente el desempleo en el período 2002 - 2003. En las demás economías, las tasas de desempleo se mantuvieron casi invariables.

Las características principales de los mercados de trabajo en América Latina y el Caribe son:

- En la región, en el año 2003 la tasa de desempleo de las mujeres fue de 10.1%, mucho mayor a la de los hombre con un 6.7%.
- El desempleo juvenil sigue siendo un gran problema para la región, en el año 2003 la tasa fue del 16.6%, siendo éste el doble de la tasa de desempleo de la población total y la mayor proporción la tenían las mujeres jóvenes.
- Las tasas de crecimiento de la población activa también varían de una subregión a otra, pero en todas han disminuido en los diez últimos años, durante los cuales en el Caribe la población activa aumentó únicamente en 1.4%, en América Central 2.5% y en América del Sur 2.3%.

Las perspectivas entregadas por la O.I.T. para los próximos años prevén en el corto plazo una mejora del mercado de trabajo gracias a la recuperación en toda la región, sobre todo en Argentina y en Uruguay, debido también al crecimiento económico en Estados Unidos y Europa, al crecimiento lento de la población activa, a la incremento prevista de los precios de los productos básicos y a la recuperación del sector del turismo.

El crecimiento de la población ha venido disminuyendo a partir del decenio de 1990 y se estima que persistirá esta tendencia en los próximos años, ello contribuirá a disminuir el aumento de la población activa.

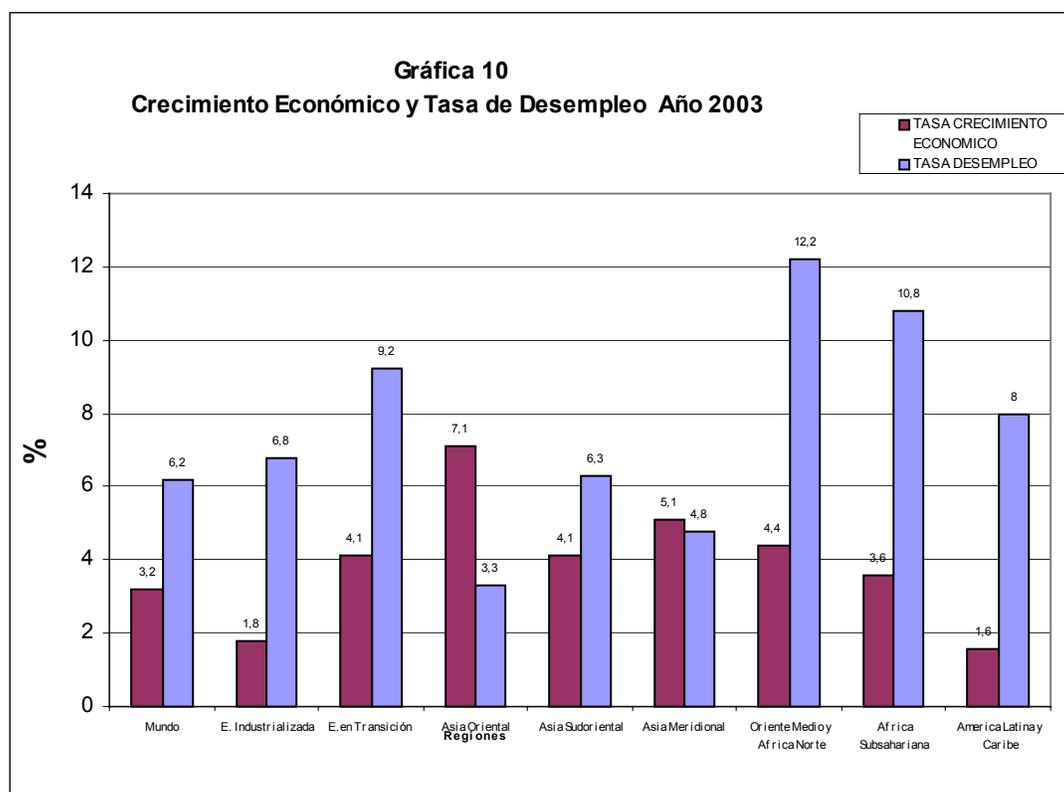
La O.I.T. afirma que los dirigentes políticos de los países de la región deberán esforzarse para que el crecimiento económico se plasme en un crecimiento en la población educada, requisito previo para el aumento futuro del PNB. Esto implica también la creación de empleos en la economía formal y no solamente como ha ocurrido en los últimos años, un aumento de puestos de trabajo menos productivos, en la economía informal.

### 6.2.9 Relación del crecimiento y tasa de desempleo en las 8 regiones

Presentamos gráficamente la relación entre el crecimiento económico y el desempleo en las 8 regiones analizadas.

De esta gráfica se puede concluir que en el mundo el crecimiento económico fue en promedio del 3.2% y la tasa de desempleo del 3.2%.

Calculamos la regresión lineal para el conjunto de las regiones estudiadas, los resultados nos muestran la relación inversa entre la tasa de desempleo y el crecimiento económico. Por cada 1% de aumento en la producción, la tasa de desempleo disminuye en el 0.68%<sup>34</sup>.



Fuente datos: O.I.T. Tendencias Mundiales del Empleo 2004.

Bogotá, Agosto 26 de 2004.

<sup>34</sup> Regresión año 2003: tasa desempleo = 10.41 – 0.68crecimiento económico.

## BIBLIOGRAFÍA

- BALDIÓN, Edgar W y SARMIENTO, Alfredo G (2003). Educación y fuerza de trabajo. Empleo y desempleo en Colombia, DNP 2003.
- BARRAGAN Jorge. Mayo 30 de 2003. Las trece claves para preparar a franquiciar. Artículo publicado en el Diario La República.
- BARRAGAN Jorge. Febrero 18 de 2003. Franquicias Colombianas al exterior. Artículo publicado en el Diario La República.
- BARRAGAN Jorge. Enero 10 de 2002. La franquicia oportunidad empresarial. Artículo publicado en Revista Cromos USA.
- BARRAGAN Jorge. Julio 9 de 2001. Franquicias, desempleo, nichos y oportunidades. Publicado en el Diario El País.
- BARRAGAN Jorge. Febrero 1 de 2002. Autoempleo como solución laboral. Artículo publicado en la Revista Pasaporte USA.
- CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 812 de 2003. Junio 27 de 2003. Artículo 1º.
- CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL, MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, DNP (2004). Optimización de los instrumentos de desarrollo empresarial, Documento CONPES.
- CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL (2004). Documento Conpes 3290.
- CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONOMICA. DOCUMENTO CONPES. DNP, SENA, MINISTERIO AGRICULTURA (2004). Seguimiento a la política de empleo.
- CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Servicios en Línea. Junio de 2004.
- DANE. Encuesta de Hogares DANE. [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co). Junio de 2004.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (2004). Informe de seguimiento al empleo DNP.
- EMBAJADA DE ESPAÑA, OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL (2003). Investigación realizada sobre la Franquicia en Colombia 2003.
- FEHER TOCATLI, Ferenz. GALLASTEGUI, Juan Manuel (2001). Las franquicias un efecto de la globalización 100 preguntas, 100 respuestas. Mc Graw Hill. Pág. 3.
- GIUGALE, Marcelo M. FOURCADE, Oliver Fourcade, FOURCADE, Connie (2003). Colombia fundamentos económicos de la paz. Banco Mundial Editorial Alfa Omega.
- GONZÁLEZ CALVILLO, Enrique (1993). La experiencia de las franquicias. 1º Edición.
- HILL Terry or DALY Abbe. Marzo 9 de 2004. Franchise Provide Big Boost to Nations's Economy. Review Franchise News, International Franchise Association
- HAZOURY, Lorraine. NÚÑEZ, Maureen, ROOD, Katharine, AGRAMONTE, Carolina. Monografías sobre historia de las franquicias. <http://www.monografias.com/trabajos13/trafrang/trafrang.shtml>. Consultado Agosto de 2004.
- Información de empresas. [www.franquicia.net/busca\\_franq.php](http://www.franquicia.net/busca_franq.php). [www.franquicias-negocios.com/](http://www.franquicias-negocios.com/). Consultado agosto de 2004.
- Información de empresas. Asociación Mexicana de franquicias. [www.soyentrepreneur.com/franchise500](http://www.soyentrepreneur.com/franchise500). Consultado agosto de 2004.
- Información de empresas. [www.worldfranchising.com](http://www.worldfranchising.com). Consultado agosto de 2004.
- Las franquicias en cifras. [http://www.prestigio.com.ve/site/p\\_general.asp?contenido=02BER22\\_2](http://www.prestigio.com.ve/site/p_general.asp?contenido=02BER22_2). Consultado en agosto de 2004.

- LORA, Eduardo (2001), "Obstáculo a la competitividad del comercio en América Latina", Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Investigación. [www.fenalco.com.co](http://www.fenalco.com.co). Consultado agosto de 2004.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TRABAJO (2004). "Las tendencias mundiales del empleo en el 2004".
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA-DNP (2002), Hacia un Estado Comunitario. Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006.
- RAMÍREZ GUERRERO, Jaime y CASTRO MENDOZA, Óscar (2003). Análisis sobre la demanda de mano de obra a partir de la información de los anuncios clasificados. Empleo y Desempleo en Colombia DNP.
- SIGUÉ, Simon Pierre, REBOLLEDO, Claudia (2003). La Franquicia en Colombia Teorías, Realidades y Perspectivas Editorial Norma.
- TORMO & ASOCIADOS 2004. Franquicias y oportunidades de negocios Colombia 2004 – 2005.
- TORMO, Eduardo A. 2002. De emprendedor a franquiciador. Selina Olmedo Ediciones.
- TORMO & ASOCIADOS. 1999. Guía práctica del franquiciador. Selina Olmedo Ediciones.
- WANDERLIN, Adriana. APONTE, Claudia. YRAD, Virginia, RUIZ, Luis Armando. GUTIÉRREZ, Adriana. Monografía sobre antecedentes históricos y características de la franquicia. [www.monografias.com/trabajos/franquicias/franquicias](http://www.monografias.com/trabajos/franquicias/franquicias). Consultado agosto de 2004.