



LA FRANQUICIA EN LAS EMPRESAS CERVECERAS Y RELACIÓN LABORAL ENCUBIERTA

(Excess in Breweries Business and Labor Relations Covert)

RECIBIDO: 30/04/2014 ACEPTADO: 04/06/2014

Añez, Carmen

Universidad del Zulia, Venezuela

carmenanez55@yahoo.com

RESUMEN

En Venezuela el mundo de la franquicia se presenta en ascenso. Bajo esta estrategia empresarial las empresas cerveceras han modificado la distribución de sus productos, pasando de un distribuidor independiente a un distribuidor bajo franquicia, al cual se le adjudica el falso rol de empresario. Desde esta perspectiva, el trabajo pretende analizar la franquicia y relación laboral encubierta, a fin de indagar los contratos con las franquicias, el contrato mercantil y las relaciones encubiertas. Para tal fin, se realizó una investigación teórica, la metodología consistió en una revisión de fuentes secundarias. Los resultados reflejan que la franquicia en el sector cervecero define un sistema de comercialización de productos y servicios. Por este motivo, se dirige a mejorar el funcionamiento de la venta, distribución y comercialización dentro de un mercado para desarrollar cadenas de distribución. Se concluye que la franquicia se presenta como una alternativa de empresa flexible y adaptable a los constantes cambios del mercado. El contrato para franquicia se enmarca en una visión comercial, con la cual se conduce a encubrir las relaciones laborales erradicando de sus normativas el Derecho del Trabajo como norte para la contratación o negociación de fuerza laboral.

Palabras Clave: franquicia, contrato comercial, relaciones laborales encubiertas, empresas cerveceras.

ABSTRACT

In Venezuela the world of franchising appears to rise. Under this business strategy brewers modified the distribution of its products, from an independent distributor to a franchised dealer, which is awarded the false role of entrepreneur. From this perspective, the paper analyzes the franchise and disguised employment relationship in order to investigate contracts to franchising, commercial contract and covert relationships. To this end, a theoretical investigation was conducted; the methodology consisted of a review of secondary sources. The results show that the franchise in the brewing industry defines a system of marketing products and services. Therefore, aims to improve the functioning of the sale, distribution and marketing within a market to develop supply chains. The conclusion is that the franchise is presented as an alternative flexible and adaptable to changing Market Company. The contract is part of a franchise business vision, which



leads to conceal labor relations eradicating their labor law regulations as north to the hiring of labor force or negotiation.

Keywords: franchise, commercial contract, covert labor relations, firms breweries.

INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado las empresas industriales o de servicios vienen externalizando parte de sus funciones y actividades ante el interés del empresario de competir y expandir el mercado a bajos costos. Por consiguiente, recurre a micro empresas, franquicias o cooperativas adjudicando a estas organizaciones las responsabilidades que antes se desarrollaban en sus propias empresas, lo cual hoy en día se considera una garantía para el logro de una mejor producción sin grandes inversiones tecnológicas, infraestructura, personal, entre otros.

Este tipo de estrategia se ha extendido no sólo en los países desarrollados, sino que también es una práctica empresarial en los países subdesarrollados producto de la apertura de los mercados.

Ante esta situación, el capital extranjero impone condiciones para establecerse en los mercados latinos, tales como la flexibilización de las leyes comerciales y muy especialmente las que rigen las relaciones laborales debido a la protección y rigidez del mercado laboral. De acuerdo a Martínez (2006), esto ocurre por ser una regulación legal deficiente y anticuada, lo que viene siendo determinante para soluciones judiciales, originando para cualquier empresario: la incertidumbre y la imposibilidad de cuantificar los riesgos que una determinada actuación comporta.

Dicha flexibilización de las leyes de trabajo promulga la subcontratación, muy utilizada entre otras en las empresas cerveceras, manejando la franquicia como estrategia para la distribución y venta del producto, generándose una contratación donde la franquicia no aparece como dueña de los medios de producción, sin poder de decisión, ya que el mercado para la distribución y venta es asignado por la empresa cervecera quedando como distribuidores exclusivos.

Las franquicias que prestan servicios a través de un contrato han venido generando confusión en los trabajadores así como en el franquiciado, al no quedar definida claramente la intermediación comercial permaneciendo encubierta la relación de trabajo. Bajo esta situación, este artículo pretende analizar la franquicia y la relación laboral encubierta, a fin de indagar los contratos con las franquicias, el contrato mercantil y las relaciones encubiertas, específicamente en las empresas cerveceras como forma de relación laboral encubierta.

CONTRATOS CON FRANQUICIAS

Jiménez (2008) señala:

“todos los contratos son negociables, pero en materia de franquicias hemos de partir de la base de que cada franquiciador, al menos los que están bien



organizados, ha elaborado un modelo standard de contrato, normalmente con anterioridad a la puesta en marcha de su negocio de franquicias”.

Sin embargo, de acuerdo a Núñez (2002), el contrato de franquicia es un contrato que se materializa entre dos o más personas denominados franquiciante y franquiciado, el primero vende o distribuye bienes o servicios, el segundo opera de acuerdo a las estrategias del dueño de la marca o franquicia.

Entre los caracteres de este contrato, según Serulle (2009), se encuentra la Bilateralidad, con lo cual se establecen de común acuerdo las obligaciones y derechos de cada una de las partes (Franquiciante-Franquiciado). El franquiciante es acreedor de los honorarios que por concepto del uso de la licencia concedida se hayan estipulado bajo las modalidades convenidas entre las partes, que pueden ser el pago de una suma inicial al momento de la concesión de la licencia y cuotas anuales por este uso, así como también el pago de un porcentaje en los beneficios obtenidos.

El franquiciante se compromete a proveer al franquiciado los productos para su comercialización, los cuales, y según el producto de que se trate, pueden consistir, además de la marca, en las fórmulas de elaboración del producto, entre otros.

Por otra parte, se presenta la subordinación técnica que consiste en el control por parte del franquiciante sobre la producción, venta, mercadeo, control de la calidad, entre otros aspectos relacionados con el producto elaborado.

Por consiguiente, el franquiciado es sometido a una supervisión a fin de determinar si está cumpliendo con las especificaciones técnicas del producto. Independiente del contrato, tanto el franquiciante como el franquiciado transitan por una serie de riesgos, como se observa en la Tabla 1:



Tabla 1. Riesgos del contrato

FRANQUICIANTE	FRANQUICIADO
Uso de la marca, producto, proceso de producción y comercialización por parte del franquiciado	Contrato de personal y cumplimiento de las normativas laborales
Competencia desleal o mala administración por parte del franquiciado	Acondicionamiento de la infraestructura y pago de arrendamiento
Confusión de la representación, al enfrentarse a solicitudes del franquiciado en cuanto Relaciones laborales	Confusión de la representación: Trabajador independiente Trabajador subordinado Depende de las estrategias o normativas diseñadas por el franquiciante
Uso de información confidencial (know-how) por parte del franquiciado	Contrato comercial o privado
Competencia desleal por parte del franquiciado	Pago de honorario por uso de la marca a pesar de no obtener rentabilidad
Deterioro de la marca o imagen de la franquicia	Pago por beneficios rentables
Pérdida de la franquicia	Pérdida de la inversión realizada

Fuente: Serulle, (2009).

TIPO DE CONTRATO: MERCANTIL

El concepto de franquicia según Navas y Mosquera (2009), que inicialmente fue visto como una exención para no pagar derechos por mercancías, se concreta hoy en términos de mercado como un sistema de comercialización de productos y servicios. Por este motivo, actualmente el régimen legal se dirige a mejorar el funcionamiento del sector de la venta, distribución y comercialización dentro de un mercado; y las empresas han encontrado en esta figura la forma precisa para desarrollar cadenas de distribución que lleguen a un mayor número de consumidores finales, aumentando con ello el resultado de sus ventas.

Sin embargo, la franquicia a nivel mundial se considera un contrato atípico debido a que surge, según Serulle (2009), “como consecuencia de la dinámica interacción comercial y, en particular, del ejercicio de la libertad contractual que ostentan los sujetos de derecho privado”. De acuerdo al autor, la modalidad de comercialización que supone la franquicia explica la relación de la seguridad empresarial con la disminución de los riesgos de inclusión en el mercado. Dicho contrato conduce a enmascarar las relaciones contractuales y laborales amparándose en la figura de la legislación mercantil.

Ahora bien, en Venezuela el contrato de franquicia es un contrato atípico, debido a que es regulado por las disposiciones del Código Mercantil. Este tipo de contrato, de acuerdo a Jiménez (2008), obliga al franquiciante y franquiciado a convenir entre las partes en un término de duración extensa, o por lo menos lo suficientemente amplio, como para permitir que el franquiciado pueda recuperar su inversión, además, para hacer posible que las partes cumplan con sus obligaciones.



Por otra parte, el contrato de franquicia utiliza para su formalidad el Código Civil a fin de poner en orden la regulación de las partes así como los derechos y obligaciones

Por consiguiente, el contrato para franquicia posee un matiz comercial, es decir, no es un simple contrato de licencia de uso de marca, es un contrato de índole comercial que tiene inserto una licencia de uso de marca.

El contrato de franquicia desde una visión comercial implícitamente refleja que ambas partes (Franquiciante-Franquiciado) a pesar de firmar un contrato comercial, no gozan de los mismos privilegios de acuerdo a Fuentes (2008). (Ver Tabla 2)

Tabla 2. Cláusulas contractuales

CLÁUSULAS RELATIVAS AL ABASTECIMIENTO	CLÁUSULAS RELATIVAS A LAS VENTAS	CLÁUSULAS RELATIVAS A LA NO COMPETENCIA
El franquiciado no puede realizar compras exclusivas.	El franquiciado tiene restricciones relativas a la fijación o imposición de los precios de venta.	El franquiciado no puede fabricar, vender o utilizar en el marco de la prestación de servicios, productos competidores con los productos del franquiciador que sean objeto de la franquicia.
El franquiciado no es libre para obtener los productos objeto de la franquicia de otros franquiciados.	Es aceptable la promoción de la franquicia siempre y cuando se salvaguarde la identidad común y la reputación de la red.	Vender o utilizar en el marco de la prestación de servicios, exclusivamente productos que cumplan las especificaciones mínimas objetivas de calidad establecidas por el franquiciador.

Fuente: Jiménez (2008).

La franquicia es una estrategia utilizada por algunos empresarios para disfrazar las relaciones de trabajo bajo otras apariencias jurídicas a fin de sustraerlas de la aplicación de la normativa laboral.

Por consiguiente, es una de las formas más generalizadas de fraude asumiendo la figura de una compraventa mercantil. El franquiciado es calificado como un trabajador independiente que contrata con una marca y luego comercializa bajo las condiciones del dueño de la franquicia.

Contratos de este tipo se vienen ejecutando en las empresas cerveceras, donde el contrato de revender dentro de determinado radio, en determinadas condiciones y bajo el control de la empresa, sirven para demostrar la existencia de un nexo de dependencia característico del contrato de trabajo.



FRANQUICIA Y RELACIONES ENCUBIERTAS

Barreiro y Rodríguez (2008), señalan que las franquicias contribuyen a la huida de los estándares de protección social, denunciando:

“El sistema de franquicias condiciona de tal modo la actividad de los trabajadores de la empresa modular o franquiciada (horario de trabajo, indumentaria, formación profesional, forma de atención al público...) que evidentemente produce una determinación de la relación laboral por parte del franquiciado, quedando seriamente perjudicados los intereses laborales de la mano de obra implicada en este proceso”.

Se pierde así, de acuerdo a Martínez (2006), la regulación en el campo laboral. El autor supone, por mandato legal, la extensión de las obligaciones de la empresa principal, a las derivadas de las relaciones del contratista con sus trabajadores y con la Seguridad Social.

De ahí la importancia, en concordancia con lo expuesto por Núñez (2002), de implementar la figura del contrato comercial, ya que ésta permite a las partes resolver los conflictos mediante la intervención de árbitros privados.

De esta relación comercial se derivan las siguientes características: se trata de una relación de trabajo producto de un contrato o negocio comercial, los trabajadores no participan de los beneficios rentables de la franquicia. Entre el franquiciante y franquiciado se establece una relación de subordinación, la cual es consecuencia de la externalización de actividades del proceso productivo o de servicio.

La franquicia como estrategia empresarial rompe con el Derecho del Trabajo, trastocando los beneficios de la fuerza laboral frente al capital y los medios de producción, aplicando leyes que constituyen una barrera para los derechos de los trabajadores.

Bajo la ley comercial se encubren las relaciones laborales, justificado en el marco del neoliberalismo, que según Toselli (2008), concibe al mercado como gran regulador de la vida económica y social:

“siendo sus preceptos fundamentales: 1) la mundialización de capitales, mercados empresas; 2) la innovación tecnológica incesante como factor clave a fin de reducir los gastos, con la consiguiente deshumanización de las relaciones laborales; 3) la liberalización de todos los mercados; 4) la desregulación como signo de que el poder lo detenta el mercado; 5) la privatización generalizada, y 6) la competitividad que restablece como regla la primacía del más fuerte”.

Estos elementos colaboran a enmascarar la relación laboral y dejar librado nuevamente a las fuerzas individuales de cada uno de los actores sociales sus conquistas laborales. Ante dicha situación, el trabajador se enfrenta a un mercado individualismo exacerbado por la competitividad.



Desde este punto de vista, las empresas cerveceras sustituyen el concepto de distribuidor independiente por el de distribuidor bajo franquicia, ofreciendo la empresa matriz asesoría en comercialización a sus distribuidores licenciatarios de franquicia.

De acuerdo a Bottome (2004), ahora los distribuidores pueden llevar uniformes de la empresa e incluir el logotipo en sus tarjetas de presentación, pueden formar parte más integral de sus programas de comercialización, mantenerlos continuamente al tanto de las últimas tendencias y técnicas, para beneficio de ambas partes.

Pero, de acuerdo a Hernández (2005):

“se celebra un contrato de transporte, mediante el cual se considera como porteador o transportista que realiza el transporte a cambio de un flete, a quien en realidad es un trabajador subordinado que transporta productos bajo las instrucciones de un patrono”.

En este orden de ideas, el neoliberalismo desnaturaliza las políticas y normativas del Derecho del Trabajo quitándole al trabajador la protección y derechos. En este caso, no sólo se viola la Ley del trabajo, sino también la Carta Magna, específicamente el artículo 94, que expresa la protección contra el fraude laboral al señalar que:

“El Estado establecerá, a través del órgano competente, la responsabilidad que corresponda a los patronos o patronas en general, en casos de simulación o fraude, con el propósito de desvirtuar, desconocer u obstaculizar la aplicación de la legislación laboral” (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999).

Los empresarios, al desconocer las leyes que rigen el trabajo, se trazan el propósito de deslastrarse de los costos laborales, tales como pago de vacaciones, seguridad social, aguinaldos, entre otros, ocultando las relaciones laborales que mantienen con sus trabajadores bajo la figura jurídica mercantil.

De acuerdo a lo expresado, en Venezuela se presentan casos de fraude laboral o encubrimiento de las relaciones de trabajo. Al respecto, Hernández (2005) señala que la Sala Social del Tribunal Supremo de Justicia dictó dos importantes sentencias que establecen la existencia de una relación laboral en contratos de apariencia mercantil empleados en el sector cervecero con los distribuidores de cerveza.

En consecuencia, según Román (2010), este encubrimiento está intrínsecamente unido al marco de relaciones laborales y que hay que repensar en su conjunto. La normativa laboral, una vez más, va por detrás de la realidad y no se acopla a ella.

En Venezuela, el Estado viene poniendo freno al fraude o relaciones laborales encubiertas. Con la nueva Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (2012) es explícito, en su artículo 47, que debe entenderse por tercerización cuando categóricamente se trata de “la simulación o fraude cometido por patronos o patronas en general, con el propósito de desvirtuar, desconocer u obstaculizar la aplicación de la legislación laboral”.



Por consiguiente, se pretende impedir la aplicación de normas civiles y mercantiles, para retomar definitivamente las leyes que administran el aspecto laboral, y así terminar con la realidad de empresas sin trabajadores, y de trabajadores disfrazados de empresarios que prestan servicios sin ninguna protección social.

TRIANGULACIÓN LABORAL EN LAS FRANQUICIAS

Con el desarrollo del neoliberalismo, asistimos a una nueva fase de globalización y hegemonía que restringe las conquistas sociales y ha impuesto una gran revolución socio organizacional en los procesos productivos (Mendizabal 2008).

De esta revolución se viene acentuando la relación de trabajo triangular, lo cual implica que los trabajadores frecuentemente se hallan ante varios interlocutores, es decir son trabajadores contratados por una empresa proveedora que prestan servicios a un tercero a quien su empleador le provee mano de obra o le presta un servicio. En el caso concreto de las franquicias el trabajador se enfrenta ante el franquiciante y el franquiciado, generándose una triangulación.

Distinta es la situación en una relación triangular, ya que la empresa que demanda el servicio y la empresa contratada asumen funciones en forma separada o conjunta, llegando a ser percibidas por el trabajador como el empleador. Al externalizarse las empresas y recurrir al subcontrato de fuerza de trabajo se desvanece la representación del patrono.

En este orden de ideas, parafraseando a Echeverría (2009), quien señala que la redefinición y la fragmentación de la empresa como unidad transparente se pierde en cuanto a la relación laboral, la aparición de un tercero, el desperfilamiento frecuente de la figura de "el empleador", dificultan a veces la identificación de las partes de la relación laboral y, por lo tanto, la responsabilidad que les cabe a cada una en el cumplimiento de sus deberes y en el ejercicio de sus derechos.

Evidentemente la relación triangular conduce a relaciones encubiertas. En este orden de ideas, la OIT (2003), expone que dicha relación puede servir para ocultar la identidad del empleador, cuando la persona designada como tal en realidad es un intermediario que libera al empleador de aparecer como parte en la relación de trabajo y, de esta manera, de la responsabilidad que debería asumir ante su personal.

La aplicación en las organizaciones de relaciones laborales encubiertas no es novedosa en los últimos años especialmente en los países desarrollados e imitado en los subdesarrollados, al respecto, Lexa y Y Houdmont (2010), afirman que este fenómeno es consecuencia de los importantes cambios en las organizaciones y de los procesos de globalización. Especialmente la introducción de la tecnología en los procesos productivos y el aplanamiento de las estructuras de las empresas, deslastrándose de mayor cantidad de trabajadores e implementando contratos con otras empresas para prestar el servicio a través de trabajadores subcontratados.



Por consiguiente, se manifiestan las relaciones encubiertas, las cuales se han convertido en un “marco para extinguir progresivamente el derecho colectivo del trabajo y para transgredir el individual” (Hernández y Richter, 2008).

Lamentablemente esta postura deforma las relaciones sociales y del trabajo al tomar como modelo la subcontratación como forma de flexibilización laboral. Por consiguiente, los sindicatos se vienen caracterizando por su reducido grado de acción, sus esfuerzos de concentran a pequeños grupos de trabajadores, abandonando su esencia de combatir la heterogeneidad económica y las relaciones sociales de producción. Es por ello que se excluye a un conjunto de trabajadores que los rige una negociación individual.

Es evidente que las relaciones laborales se enmarcan en una realidad social con características muy marcadas del sistema capitalista, por consiguiente, en las empresas se busca reforzar o aplicar los lineamientos del modelo neoliberal a fin de lograr su adecuación a las características y requerimientos del mercado.

Como conclusión final, la subcontratación y triangulación además de cumplir con el encubrimiento de relaciones laborales, desempeña un papel fundamental para cercenar el derecho que tiene el trabajador a organizarse, desmantelando los derechos laborales en todos sus aspectos.

CONCLUSIONES

La franquicia como estrategia empresarial viene acrecentando su implementación ante las exigencias de un mercado competitivo y globalizado. Esto obedece a la necesidad de crear alternativas favorables para el capital de comerciar, posicionarse y crecer en el mercado, entre otros intereses, con lo cual se promueve una mayor facilidad en la producción y comercialización de los productos en zonas estratégicas del mercado nacional e internacional que faciliten la disminución de costos de producción, distribución y laboral.

Es por eso que la franquicia se presenta como una alternativa de empresa flexible y adaptable a los constantes cambios del mercado, pero conduce a erradicar de sus normativas el Derecho del Trabajo como norte para la contratación o negociación de fuerza laboral.

El contrato para franquicia se enmarca en una visión comercial donde se firma un contrato comercial entre franquiciante y franquiciado sin gozar ambas partes de los mismos privilegios.

Por consiguiente, primero se crean las condiciones para adaptarse a la inestabilidad del mercado y segundo se acude a otras normas jurídicas que propician el encubrimiento o fraude laboral al establecer un contrato de trabajo con el franquiciado simulando una compra venta condicionada por el franquiciante, quedando implícitamente la subordinación laboral en contraposición del trabajo autónomo, ya que el franquiciado presta sus servicios bajo la dirección del franquiciante, quien tiene facultades para normar



y controlar lo concerniente al desempeño y funcionamiento de la marca licitada, expresándose un encubrimiento de la relación laboral.

Las relaciones laborales encubiertas representan un artificio, y en este caso se produce un disfrazar de un contrato de trabajo que elimina al franquiciante las cargas o costos laborales, por lo tanto el franquiciado no recibe como consagra las leyes que rigen el trabajo la cancelación de sus derechos y beneficios como trabajador subordinado a las exigencias, procesos y directrices de la franquicia.

En este sentido, se le adjudica al trabajador el rol de empresario prestador de un servicio que, en el caso de las empresas cerveceras, es distribuir el producto en los puntos, rutas y establecimientos seleccionados por el franquiciante.

El crecimiento del trabajo autónomo es condicionado y se presenta como un trabajo atípico o irregular que responde a intereses económicos, propiciando para tal fin la flexibilidad laboral que conduce a institucionalizar la individualización de las relaciones labores reforzándose el poderío empresarial y disminuyendo los derechos de los trabajadores, que no es más que la indefensión social.

Esta práctica, como se ha venido señalando, corresponde al fenómeno que crece incontrolablemente como es el encubrimiento o fraude, con el cual se trata de falsear una relación laboral entre trabajador y patrono, contraviniendo el normal funcionamiento estatuido en la Ley del Trabajo.

Al aparecer la triangulación laboral se obstaculiza al trabajador a identificar la figura del patrono, ya que terceros asumen el rol de mando, de control entre otros aspectos, en cuyo proceso el trabajador entra en incertidumbre en cuanto a quien es su patrono. En esta perspectiva se pierde la noción de relación laboral como uso universal, es decir se disipa la relación entre el empleador y el asalariado. A partir de lo señalado, se infiere que la franquicia en las empresas cerveceras además de cumplir con el encubrimiento de relaciones laborales, desempeña un papel fundamental para cercenar el derecho que tiene el trabajador a organizarse, desmantelando los derechos laborales en todos sus aspectos

Las consecuencias desfavorables de la franquicia, no solo están referidas a la precarización de las condiciones laborales, sino también incide en la no participación del trabajador en organizaciones sindicales al no tener continuidad en el puesto de trabajo. Por consiguiente, el efecto es que el empresario queda libre para infringir las leyes referidas a las disposiciones en materia de salarios, condiciones laborales, seguridad industrial, entre otras.

Por otra parte, analizando el caso de las franquicias conformadas en las empresas cerveceras del municipio Maracaibo, se puede concluir que los franquiciados son tratados por el dueño de la franquicia bajo contratos encubiertos, quienes como pequeños empresarios o agentes libres, mantienen una relación de trabajo con la empresa quedando al descubierto prácticas fraudulentas de vinculación laboral figurando relaciones entre comerciantes. Con base a lo señalado no desaparece la relación de trabajo,



pero deforma su naturaleza. El contrato será entonces manipulado de modo que prive a los trabajadores dependientes de ciertos derechos y prestaciones, esto genera una manipulación que se presta a la creación de otro tipo de relación de trabajo encubierta cuyo resultado es la privación de protección del trabajador.

El logro de la práctica fraudulenta aplicado por las empresas cerveceras es antijurídico, pues buscan falsificar, excluir y negar la aplicación de las leyes laborales al recurso humano asunto que constituye un fraude laboral.

Sin duda, el trabajo es en la sociedad capitalista una de las formas más alienantes de dominación. Al trabajo podemos entenderlo como una "sumisión retribuida", la cual es antagónica de la vida. Mediante las directrices del trabajo se procura asignar el modo de vida, los horarios, las tareas, entre otros aspectos laborales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Nacional Constituyente (2000). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial Extraordinaria 5.453. Venezuela.

Barreiro G. y Rodríguez S. (2008). La expansión de las formas atípicas de trabajo y su necesaria protección social. Especial referencia a la franquicia y al contrato de agencia. Documento en línea. Disponible en: <http://www.elblogdelafranquicia.com/la-expansion-de-las-formas-atipicas-de-trabajo-y-su-necesaria-proteccion-social-especial-referencia-a-la-franquicia-y-al-contrato-de-agencia>. Consulta: 12/01/2014.

Bottome, R. (2004). Los famosos camiones de Polar ganan derechos de franquicia VenEconomía. Volumen 21, número 6. (s/p).

Echeverría, M. (2009). Subcontratación de la producción y subcontratación del trabajo. Temas Laborales. Número 7. (s/p).

Hernández, O. (2005). El derecho mercantil y el derecho del trabajo: Fronteras y espacios de concurrencia. Gaceta Laboral. Volumen 11, número 1. (Pp. 51-73).

Hernández, O y Richter, J (2008) El Trabajo sin Tutela en Venezuela; nuevas y viejas formas de desprotección laboral En Revista Latinoamericana de Derecho Social N° 6, enero-junio p.p 243-247

Jiménez, S. (2008). El contrato de franquicia: cómo negociar los contratos de franquicia. V Jornadas de Distribución Comercial y Comercio Interior. España

Leka, S. y Houdmont, J. (2010) Occupational Health Psychology. Universidad de Oxford Wiley-ylackwell

Martínez, L. (2006). Contratas, cesión ilegal de trabajadores y cooperativas de trabajo asociado. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (Pp 43-60).



Mendizábal, A (2008) Proyectiva sobre la evolución de la economía-mundo capitalista (aproximación analítica de algunas tendencias) VI Reunión Economía mundial. Universidad País Vasco

Navas, M. y Mosquera, A. (2009). El contrato de franquicia: aportes y tendencias en el derecho comparado sobre la responsabilidad del franquiciador. Revista Universitas. Número119, Jul/Dic. (Pp 32-50).

Núñez, R. (2002). El contrato de franquicia algunos aspectos esenciales y/o problemáticos. Documento en línea. Disponible en: http://www.desolapate.com/publicaciones/EL%20CONTRATO%20DE%20FRANQUICIA_RNunez.pdf. Consulta: 21/02/2014.

OIT (2003) El ámbito de la relación de trabajo. Suiza. Conferencia Internacional del Trabajo. Informe V.

Román, C. (2010). El fraude de las bajas laborales. España. Dirección de la Asociación Profesional Española de Recursos Humanos.

Serulle, J. (2008). Marco legal de los contratos de trabajo de las franquicias. Documento en línea. Disponible en: <http://asiaraf.blogspot.com/2008/05/marco-legal-de-los-contratos-de-trabajo.html>. Consulta: 21/02/2014.

Vernes, M. y Perdomo, L. (2010). La franquicia en Venezuela. Caracas-Venezuela

Toselli, C. (2008). Los fraudes en las relaciones laborales. Documento en línea. Disponible en: <http://www.losrecursoshumanos.com/los-fraudes-en-las-relaciones-laborales/>. Consulta: 21/02/2014.