



5.6  
J Gen

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

ESTADISTICA  
ATZ  
MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración

ORGANIZACION CONTABLE Y ADMINISTRATIVA  
DE LAS FRANQUICIAS.

SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CONTADURIA PUBLICA

P R E S E N T A N :  
MA. CONCEPCION RAMIREZ GARCIA  
ALMA DELIA TELLEZ LOPEZ

ASESOR DE TESIS;

C.P. ANGEL QUIROZ GONZALEZ



MEXICO, D.F.

1994

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecemos al Profesor:

**Miguel Angel Quiroz**

Por todo el apoyo que nos brindo  
en el desarrollo de este trabajo.

(gracias por su asesoría)

**Agradecemos a la Universidad Nacional  
Autónoma de México y Facultad de  
Contaduría y Administración el habernos  
puesto en el camino del saber..... mil  
gracias.**

# **DEDICATORIAS**

**CONCEPCION RAMIREZ GARCIA**

**Agradesco a mis padres:**

**Gabriel y Celia**

**Por toda la comprensión, amor y  
apoyo para la culminación en este  
trabajo.**

**A mis hermanos**

**Por su apoyo, cariño y  
ejemplo para seguir adelante.**

**A mis amigos**

**Por compartir los  
momentos más bonitos  
de mi carrera profesional.**

**A Omar Ortiz Molina**

**Por su apoyo, consejos  
y cariño para que culminara  
con esta tesis.**

**Al Lic. Miguel Quintero**

**Por sus consejos ,  
y apoyo que me mos-  
tro durante la elabora-  
ción de mi tesis.**

# **DEDICATORIAS**

**ALMA DELIA TELLEZ LOPEZ**

**A mis padres**

**LUIS Y DELIA**

**Gracias por haberme dado la vida, por cuidarme y por ser ejemplos de lucha y consistencia para que culminara con esta carrera.  
(Les dedico mi titulo)**

**A mis hermanos**

**ANA, AIDA Y RUBEN**

**Por ser motivos valiosos para luchar y servirles como ejemplo en sus vidas.  
(los amo pequeños)**

A mis padrinos

**Jesús y Raquel**

Por ser para mí como unos  
segundos padres, por cuidarme  
y hacer de mí una buena hija.  
(gracias por los cuidados y el cariño)

A mi primo Miguel Quintero por el apoyo  
y el cariño que me brindó cuando más  
lo necesitaba, y por que me ayudó a  
la culminación de mi Tesis.

(gracias por ser así)

**A mis abuelos**

**Por ser los creadores de  
los dos seres a quien amo  
(los extraño mucho)**

**A mi tía Silvia**

**Por sus consejos,  
por consertirme y  
apoyarme en mi  
carrera.**

**A mis tíos**

**Por su apoyo de alguna u  
otra forma y por ser como  
unos segundos padres pa-  
ra mí.  
(gracias por su apoyo)**

**A mis primos**

**Por sus consejos como  
hermanos mayores  
para actuar como  
profesionista.**

A mis Escuelas

**Colegio Sebastian de Aparicio**  
**Sec. Diurna No.111**  
**Preparatoria No 8**  
**Facultad de Contaduria y Administración**

Por ser los lugares en donde crecí profesionalmente y que para mí fue una segunda casa.

(gracias queridas aulas que nunca olvidare)

A mis compañeros de trabajos  
en:  
**EXTEGU S.A. de C.V.**  
**Organización Contable**  
**Empresarial A.C.**  
**ASERCA.**

Por sus consejos prácticos en  
el ambiente profesional y su  
ayuda para terminar esta tesis.

**A mis amigos y compañeros**

**Por ser las personas con  
las que me forme profesio-  
nalmente y por los momentos  
tan hermosos como estudian-  
te.**

**A mis profesores**

**Por su paciencia y por el  
compartir sus conocimientos  
para todos sus alumnos.  
( un agradecimiento especial )**

**A la persona con la cual comparto mi vida  
en estos momentos por los consejos, apo-  
yo , cariño y comprensión en la culmina-  
ción de mi Tesis.**

**(gracias Marco por ser tan lindo)**

**☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺ ☺**

# INDICE

	PAGINA
INTRODUCCION.....	1
<b>CAPITULO I GENERALIDADES</b>	<b>3</b>
ANTECEDENTES.....	4
DESARROLLO EN MEXICO.....	7
TERMINOLOGIA.....	10
SUJETOS QUE INTERVIENEN EN LA FRANQUICIA QUE RECIBE.....	11
DIFERENTES TIPOS DE FRANQUICIA SEGUN SU COMERCIALIZACION.....	12
CUADRO DE DIFERENTES TIPOS DE FRANQUICIA.....	13
TIPOS DE FRANQUICIA SEGUN LOS SECTORES QUE ABARCA.....	14
REQUISITOS PARA OBTENER LA FRANQUICIA.....	14
INFORMACION QUE DEBEN DE ADQUIRIR LOS FRANQUICIATARIOS.....	15
REQUISITOS PARA PODER SER FRANQUICIATARIO.....	15
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS.....	16
<b>CAPITULO II ESTRUCTURA LEGAL</b>	<b>18</b>
CONCEPTO DE CONTRATO DE FRANQUICIA.....	19
ELEMENTOS QUE CONTIENE UN CONTRATO DE FRANQUICIA.....	19
PARTES MAS COMUNES DEL CONTRATO.....	21
ASOCIACIONES QUE CONTROLAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS FRANQUICIA.....	26
LEYES QUE REGULAN A LAS FRANQUICIAS.....	31
- LEY DE FOMENTO Y PROTECCION INDUSTRIAL.....	31
- LEY DE DERECHOS DE AUTOR.....	33
- LEGISLACION CIVIL Y MERCANTIL.....	35
- REFORMAS A LA LEY DE SOCIEDADES MERCANTILES.....	36
- LEY FEDERAL DEL TRABAJO.....	39
- LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.....	39
- LEY DE COMPETENCIA ECONOMICA.....	39
OBLIGACIONES FISCALES GENERALES.....	40
- IMPUESTO SOBRE LA RENTA.....	40
- IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.....	41
- IMPUESTO AL ACTIVO.....	41
- LEY DEL SEGURO SOCIAL.....	42
REGISTRO Y PROTECCION DE MARCAS EN MEXICO.....	44
DE LOS SECRETOS INDUSTRIALES.....	45
LEY ADUANERA EN MEXICO.....	46
LEY SOBRE CONTROL Y REGISTRO.....	47
CUADRO GENERAL DE TRAMITES LEGALES Y FISCALES.....	48
PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.....	49
PROCEDIMIENTO PARA OBTENER EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.....	50
PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA DECLARACION DE APERTURA.....	51

PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LICENCIA DE USO DE SUELO.....	PAGINA
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LA INSCRIPCION AL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL .....	52
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LA LICENCIA DE ANUNCIO.....	54
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LA LICENCIA SANITARIA.....	56
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LA LICENCIA DE PREVENCION DE INCENDIOS .....	58
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LA VERIFICACION DE PESAS Y MEDIDAS.....	60
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER LAS TARJETAS DE CONTROL SANITARIO.....	62
PROCEDIMIENTO Y DIAGRAMA PARA OBTENER EL PROGRAMA DE PROTECCION CIVIL .....	64
	66
<b>CAPITULO III ASPECTO FINANCIERO</b>	<b>68</b>
FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	69
CAPITAL INICIAL DEL FRANQUICIATARIO.....	71
NACIONAL FINANCIERA.....	72
BANCO NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR.....	74
BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR.....	75
UNIONES DE CREDITO DE FRANQUICIATARIOS.....	76
SERVICIO INTEGRAL BANCOMER.....	79
PERFIL FINANCIERO DEL FRANQUICIATARIO EN MEXICO .....	80
<b>CAPITULO IV ASPECTO ADMINISTRATIVO DE LAS FRANQUICIAS</b>	<b>82</b>
CUADRO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.....	83
MANUAL DE OPERACIONES.....	86
PUBLICIDAD.....	90
MERCADOTECNIA.....	92
<b>CAPITULO V ASPECTO CONTABLE DE LAS FRANQUICIAS</b>	<b>94</b>
MARCO GENERAL .....	95
PROCESO CONTABLE DE LAS FRANQUICIAS.....	96
PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS APLICADOS A LAS FRANQUICIAS .....	96
SISTEMAS CONTABLES.....	99
<b>CAPITULO VI CASO PRACTICO</b>	<b>107</b>
GENERALIDADES DEL CASO PRACTICO .....	108
ESTADOS FINANCIEROS.....	113
RAZONES FINANCIERAS.....	115

CONCLUSIONES.....	PAGINA 119
BIBLIOGRAFIA.....	120

## INTRODUCCION

México es ya una importante plataforma para la implantación y lanzamiento de franquicias americanas y Europeas a partir de la Administración del presidente Carlos Salinas de Gortari que ha dado giro a las políticas y regularizaciones relacionadas con la inversión extranjera.

Uno de los procesos característicos de la globalización en el área comercial ha sido el Desarrollo de las Franquicias, como un sistema que proporciona expansión, desarrollo de marca, y que amplía los canales de distribución de las medianas y grandes empresas. Además, brinda una oportunidad para la micro, pequeño y mediano inversionista participe en sistemas probados de éxito en los negocios, dentro de una sinergia de mercadeo que le da la rentabilidad que busca en su inversión.

Existe una gran variedad de empresas exitosas que por una razón u otra se han encontrado con la necesidad de desarrollar un formato de Franquicias para distribuir sus bienes y/o servicios eficientemente. Sin embargo, esto no significa que los beneficios de una estrategia de mercadotecnia orientada al crecimiento, no puedan ser obtenidos a través de el uso de licencias, coinversiones, distribuciones, planes multiniveles, entre otras alternativas a Franquiciar.

La Franquicia como tal ente económico es un método de distribuir productos y servicios, en el que participan el Franquiciante, que es quien otorga el uso de la marca o el nombre comercial de su sistema de negocios y el Franquiciatario quien paga una cuota inicial y regalías a fin de tener derecho a practicar negocios bajo el nombre y sistema del Franquiciante.

El Franquiciante tiene un plan completo para administrar y operar su negocio. El plan sigue paso a paso todos y cada uno de los aspectos del negocio, anticipándose a los problemas de administración y creando una matriz para decisiones administrativas que sirven de base para asesorar a los Franquiciatarios.

Como perspectiva internacional en el área de Franquicias, México tiene una posición geográfica privilegiada, que le permite servir de puente entre las Franquicias de nuestros vecinos países del norte, para que una vez modificadas y adaptadas a la cultura e idiosincrasia de nuestro país, sean más tarde, fácilmente exportables a países de Centro y Sudamérica. Es importante mencionar que esta corriente debe ser en ambos sentidos.

Es decir, que Franquicias Nacionales deberán desarrollarse en nuestro país y luego ser exportadas. El TLC vendrá a darnos condiciones más favorables para que este proceso se lleve a cabo. Las Franquicias, además de crear empleos y contribuir a la superación de la población, ofrecen bienes y servicios de calidad, dándole a los consumidores mejores alternativas de productos y servicios con un alto valor por el precio que pagan. También generar polos de desarrollo, con lo cual se evita la emigración de la población a las grandes ciudades.

El sistema de Franquicias, gracias a sus características, representa una alternativa valiosa para los procesos de descentralización económica, tanto del Estado, como de las grandes Corporaciones, dando un desarrollo más equilibrado entre los micro, pequeños, medianos y grandes inversionistas, así como también entre las distintas regiones del país.

México desde 1980 se encuentra en una estabilidad Económica comparable para con los años anteriores.

Es importante hacer mención que las franquicias ofrecen grandes beneficios al inversionista ya que lo apoya, lo induce a tener su propio negocio.

"La modernización es base firme para elevar el nivel de vida de los Mexicanos, obliga a renovar y actualizar las estructuras y los mecanismos de participación social y a lograr mayor eficiencia y dinamismo económico".

Con esta política, se rompen décadas de proteccionismo en México, que nos habían aislado del exterior con sistemas industriales y comerciales orientados solo hacia el mercado interno, alejándonos cada día más de la realidad mundial, fenómeno que también otros países y bloques regionales han experimentado.

# **CAPITULO I**

## **GENERALIDADES**

## ANTECEDENTES

Por mucho tiempo las franquicias Nacionales y Extranjeras han encontrado un clima propicio para su desarrollo, constituyendo así una parte muy importante de las ventas al menudeo en todo el mundo.

La historia de las franquicias inicia prácticamente desde 1850 cuando la Compañía de Máquinas de Coser Singer se convirtió en la primera empresa en emplearlas como un método de distribución que los empresarios independientes han estado disfrutando de ciertos privilegios.

Como surgimiento de la franquicia se podría decir que por medio de este sistema de "Concesiones" acordaron pagarle a Singer una cuota por el derecho de vender sus máquinas en territorio específico.

Estos compraban las máquinas a 60 dólares y las vendían con un sobreprecio, solucionando el problema de ventas y distribución de máquinas, así como el problema de flujo de efectivo que afrontaba la compañía, es decir ahora en lugar de tener que pagarles a los vendedores se les cobraba por vender las máquinas, convirtiéndose en su proveedor.

Este sistema era más económico, pero no perdía su valor, así gana Singer vendiendo sus máquinas y teniendo efectivo para la producción, y no paga empleados para la distribución de sus máquinas, si no que gana por la distribución y asimismo, éstos vendedores ganarán al vender la máquina, tienen un proveedor seguro, no gastan en empleados en un negocio establecido, que saben si funciona o no, sino que tienen el éxito asegurado por la gran demanda de un producto reconocido.

Podríamos señalar a este, como uno de los esquemas de distribución que sirvió como fundamento para los elaborados sistemas de franquicia de la actualidad. Después, en la última década del siglo pasado, la General Motors adoptó un esquema básicamente idéntico.

Esta Compañía aparece en la primera mitad del siglo XX, cuando las franquicias empezaron a tomar forma de negocios en la industria automóvil.

General Motors que intento otras opciones de mercadotecnia, como por ejemplo: el correo directo y las tiendas departamentales, pero la franquicia probó ser el medio más acertado para la venta de sus productos.

Además General Motors, no estaba en posición de comprar los bienes raíces que se requerían para establecer los puntos de venta de sus autos, ni de contratarlos tan eficientemente como lo hacían en forma independiente los concesionarios.

De esta manera, General Motors pudo utilizar sus recursos más recientes para la industrialización y cuidadosa producción de sus vehículos, con lo cual consolida su posición como líder en la Industria.

Años más tarde la Compañía petrolera y de autopartes también optaron por un sistema de franquicias con lo que lograron mantener la distribución de sus productos, sin capital ni riesgos propios, explotando así el interés general del pueblo norteamericano por emprender un negocio propio en una industria tan popular en ese momento como en la industria automotriz.

En el caso de las gasolineras, hasta el año de 1930, las Compañías petroleras eran dueñas de la mayoría de derechos y establecimientos.

Las gasolineras independientes que operaban con autorización de las compañías petroleras, empezaron a caer en una agresiva guerra de precios, por el miedo a perder ganancias en la misma, Standard Oil Company de Indiana, optó por rentar sus estaciones a los administradores de los mismos, los nuevos concesionarios o franquiciadores establecieron sus propios precios y generaron así sus propios ingresos con los riesgos, beneficios y satisfacciones de un empresario.

La Standard Oil Company, dejó de pagar salarios y prestaciones que le resultaban costosos y comenzó a cobrar rentas de estaciones (gasolineras) que permanecieron más tiempo abiertas y se manejaban eficientemente, lo cual aportó a la compañía tremendos beneficios a corto plazo.

Como ya sabemos, este esquema fue copiado por las demás Compañías petroleras, y se usa hasta nuestros días en casi todo el mundo.

Otro ejemplo de este esquema, es el caso de la Empresa Refresquera "COCA-COLA" en 1886, primero creció lentamente, gracias a su sistema de fuentes de sodas, más tarde, en 1899, los inversionistas en Chattanooga, persuadieron a la Compañía de que les otorgará los derechos para vender "COCA - COLA" en botellas en casi todo el país, con el limitante de que estos nuevos productos no interfiriera con su negocio de la fuente de sodas, es así como estos dos empresarios, establecieron la primera embotelladora en el mundo, absorbiendo el 100 % del costo de instalación y encargándose de su manejo, a cambio de recibir el concentrado necesario para su producción y el apoyo publicitario conforme aumentará la demanda del producto; los dos empresarios " sub-franquiciaron" los derechos del producto para distintas zonas geográficas, dada la falta de recursos y habilidades administrativas a nivel nacional, compraban el concentrado de COCA-COLA y lo revendían a los sub-franquiciarios.

En 1919, ya existían 1000 embotelladoras que participaban en este creciente negocio, pronto surgieron otras refresqueras como PEPSI-COLA y DR. PEPPER en 1925.

Howard Jhonson, inició un negocio de refrescos y helados con 500 dólares que obtuvo como préstamo, años más tarde el negocio había evolucionado hasta un par de restaurantes bastante exitosos con características singulares de tener un techo color naranja brillante, los planes de expansión contemplaban el desarrollo del negocio con capital propio.

Sin embargo, la depresión de 1929 la obligó a cambiar sus planes, decisión que ha funcionado para siempre, el de la industria hotelera.

El señor Jhonson requería de lo que él llama "Socio Franquiciatario", por lo que convenció al dueño de un restaurante en Capecod en el noroeste de los Estados Unidos, de usar su nombre y de comprarle sus productos, ambos prosperarán de forma tal, que para 1940 existían ya 100 restaurantes a lo largo de la Costa-Este de los Estados Unidos.

El resto es historia, Howard Jhonson, se convirtió en una de las franquicias hoteleras más importantes de Estados Unidos.

La Compañía Macdonald's apareció en el mundo de las franquicias en el año de 1950, fue entonces cuando las empresas adoptaron a las franquicias como una forma de negocios.

En la cual se ha encontrado un alto crecimiento en este tipo de establecimientos.

Para podernos dar una idea más amplia del surgimiento de las franquicias en el sector alimentos, empezaremos por mencionar algunas otras empresas que se han creado y que nosotros tomaremos en cuenta para saber su naturaleza y estructura.

Encontramos a la Subway, Sandwinches & Salad; franquicia de comida rápida que se creó en 1986, la Gymbores es una franquicia de ejercicios físicos para niños y se empezó a establecer en 1976 y ahora cubre países como Francia, Japón y Austria, The Original Great American Chocolate Chip Cooke company que es una franquicia de galletas con chispas de chocolates la cual se establece en 1987.

Hasta aquí podemos decir y darnos cuenta de como fue la franquicia hasta hace apenas unos cuantos años y que en ella se desarrollan una forma de comercialización que podía confundirse con la patente de marca ó con la compra del uso de derecho, pero no es así, puesto que las franquicias son una forma de comercialización de una marca, con todas las ventajas que esta otorga, utilizando la experiencia que la marca tiene y que le ha costado años de trabajo, investigación y hasta pérdidas, pero que puede dar mucho, no sólo a los franquiciadores, sino también a los franquiciatarios con muy poca inversión.

## DESARROLLO EN MEXICO

En México se registra auge las franquicias hace muy poco tiempo ya que los inversionistas se han interesado por invertir en una marca con un prestigio ya establecido estas franquicias han dado buenos resultados en nuestro país puesto que ya se trabaja con la aceptación del cliente, que ya conoce o a oído el producto.

En 1982, asumió la Presidencia de la República el Lic. Miguel de la Madrid, antes de que ello ocurriera, precisamente el 1º de septiembre de ese año, se sucedieron acontecimientos que pusieron a México al borde de un colapso en su economía:

Se nacionalizó la banca, se emitió un decreto de control de cambios por vez primera en nuestro país y se suspendió el pago de la deuda externa al registrar el banco central uno de los índices de reserva Internacional más bajo de su historia. Precisamente en esa época caracterizada por una incertidumbre económica aguda, McDonald's comenzó a sentar bases para su ingreso en mercado mexicano, primero celebró contratos de franquicias con Saúl Kahan y Diego Zorrilla respecto a las dos primeras unidades que se abrirían en las Ciudades de México y Monterrey.

En 1988, precisamente por el interés que ya empezaba a despertar en Estados Unidos el desarrollo de franquicias en nuestro país, la Asociación Internacional de franquicias, con sede en Washington D.C. designó como representante especial en México a Enrique González Calvillo.

La creación en 1989 de la Asociación Mexicana de Franquicias A.C. constituyó un contrato de gran importancia para el desarrollo de las franquicias en México, a partir de su creación, hemos contado con un medio muy importante de difusión. Lo que notamos es el elevado grado de desarrollo de las franquicias que se tuvo que ganar con una Asociación que ayude y apoye para lograr el éxito en México y que se considerará que en el tiempo que viene hasta el año 2000, la entrada de demasiadas franquicias y lo que estemos haciendo en la actualidad es muy importante, porque también se nota que México está entrando en la segunda etapa que se podría considerar es la de crear sus franquicias propias o conocidas como nacionales, en las que el trato es de México hacia el extranjero.

En México se tenían registradas 150 franquicias en julio de 1992 y de las cuales 60 eran Mexicanas, se dice que las franquicias generan empleos, dan ganancias a sus adquirentes y benefician al consumidor por su servicio y calidad del producto, para julio 1992, México era el undécimo país en número de franquicias en operación y una de los países que ha crecido rápidamente, pues ha realizado en dos años los que a Brasil le ha costado 10 años.

La evolución que ha tenido México ha sido hasta cierto punto un poco lenta ya que ha tenido varios contratiempos en la economía y de los cuales podemos mencionar la alta inflación, la falta de capitales en el país y la frecuente baja de calidad en servicios, nos preguntaremos cual ha sido el motivo primordial para que esta forma de negocios este siendo cada vez más extensa y la respuesta es que el país ha mostrado la etapa más importante de la estabilidad económica, la cual a llamado la atención de la inversión extranjera y también la que México como país inversionista fuera atraído por este gran negocio al cual se le denomina franquicia.

Se considera que en 1990 Mcdonald's fue la primera franquicia fuerte en el mercado y que llamo la atención a los inversionistas y como resultado para 1991 sólo había 14 empresas afiliadas a la ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS y que para 1992 habría 150, como se puede observar es un crecimiento casi al 100% y que de las cuales el 40% son Mexicanas.

Otras de la franquicias en México de mayor importancia es Mail Boxes (Correos) que se constituye como la franquicia líder a nivel mundial en centros de servicios y apoyo comercial, que actualmente cuenta con más de 2000 centros, uniendo operaciones entre Estados Unidos, México, Japón, España, Puerto Rico entre otras.

En México se obtuvo la primera franquicia en 1990 instalandose en Mexicali como prueba piloto.

Al conocer el éxito de Mail Boxes (correos) en México se obtuvo la franquicia maestra y se firmó el primer y único acuerdo con el servicio postal mexicano para fungir como centros de recepción y envío de correspondencia dentro de la República Mexicana.

Se han otorgado 66 franquicias de las cuales 33 se encuentran en operación en las siguientes ciudades:

- MEXICO
- DISTRITO FEDERAL
- GUADALAJARA
- MONTERREY
- VERACRUZ
- CIUDAD OBREGON
- GUERRERO
- PUEBLA
- LOS CABOS
- QUERETARO
- MEXICALI
- TIJUANA
- AGUASCALIENTES
- HERMOSILLO
- LOS MOCHIS
- MAZATLAN
- TAMPICO
- CHIHUAHUA
- CIUDAD JUAREZ

El concepto de está franquicia son centros de servicios y apoyo comercial dentro de los cuales se ofrecen:

- A) SERVICIOS POSTALES
- B) SERVICIOS DE COMUNICACION
- C) SERVICIOS DE APOYO A EMPRESAS

En México existen muchas micro y pequeñas empresas, las cuales no pueden soportar la inversión y mantenimiento de una oficina por lo que se apoyan en centros de Mail Boxes (correos).

Se asegura que en México se vendrá un auge de negocios en años posteriores y que también México será base primordial para llegar a Latinoamérica y así tener una excelente oportunidad para desarrollar sus empresas en esos países.

También se hace reconocer que la tendencia económica que se enfrenta actualmente México, hace prever que a corto y mediano plazo los empresarios mexicanos buscarán alternativas viables que permitirán la expansión de sus negocios, captación de recursos actuales y la posibilidad de incursionar en el extranjero a base de marca y conceptos con grandes oportunidades de triunfar.

La ASOCIACION MUNDIAL DE FRANQUICIAS, destaca que existe un interés importante de los estadounidenses para ampliar la actividad de las franquicias en México y se confirma con los cambios que actualmente estructura la SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (SECOFI) y respecto a la Ley de Inversiones Extranjeras servirá para el desarrollo de las franquicias y le permitirá a México ampliar la captación de capitales extranjeros.

Por otro lado cabe mencionar que de las franquicias netamente mexicanas encontramos a Dormimundo no sólo por su forma de operar sino por la filosofía con que asume su papel y la garantía que ofrece a sus franquiciadores, de recuperar el capital invertido a corto plazo.

Se considera que Dormimundo tiene un espíritu nacionalista por que peso que se gana se vuelve a invertir en México. Como empresa franquiciante Dormimundo se ha distinguido en México como una de las escasas compañías que se han colocado alrededor de 27 franquicias en el mercado y que acreditan 5 años de experiencia en este renglón, que indudablemente cobra un auge abrumador en los próximos años.

Se apunta que las tiendas de Dormimundo lideres en el ramo, están en la preferencia del mercado del D. F. y ahora en el interior de la República gracias a su experiencia de más de 35 años que les ha permitido formar numerosa clientela a base de calidad, reputación en precio y servicio, que son cualidades difícilmente igualadas por establecimientos similares.

Para finalizar la extensa e importante evolución de la franquicia en nuestro país se dice que la franquicia no es ni un comercio, ni una industria sino una estrategia de negocios.

De esta forma las causas de la evolución de las franquicias se dan por los siguientes elementos:

- A) APROBACION DE LEYES DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA Y DE INVERSION Y MARCAS.
- B) EXPEDICION DE LA LEY DE PROTECCION Y FOMENTO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
- C) LIBERACION DEL COMERCIO EXTERIOR
- D) MERCADO INEXPLORADO
- E) BAJO COSTO DE MANO DE OBRA

## TERMINOLOGIA

Para establecer un significado de la franquicia es importante considerar el origen de la palabra.

La palabra franquicia viene del latín FRANK que quiere decir libre de servidumbre, y del griego franchise quería decir privilegio o libertad y hoy en día la palabra franquicia es definida de las siguientes formas:

- 1.- Es la concesión de ciertos derechos de una corporación a otra.
- 2.- Es la autorización concedida por un manufacturero aún distribuidor o mayorista para vender sus productos.
- 3.- Cuando una persona trasmite conocimientos técnicos y licencia de uso de una marca o se proporciona asistencia técnica para que la persona a quién se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que este distingue.
- 4.- Definición según la ASOCIACION INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS:  
Es el método de distribuir productos y servicios, en el que participan el franquiciante, que es quién otorga el uso de la marca o nombre comercial de su sistema de negocios y el franquiciatario quién paga una cuota inicial y regalías a fin de tener el derecho a participar en negocios bajo el nombre y sistema del franquiciante.
- 5.- Definición para Derecho sobre franquicia.- Es la exención del pago de derechos aduaneros y al utilizar algún servicio público así mismo se habla de la franquicia aduanera.
- 6.- Es la exención y libertad concedida a una persona para no pagar derechos por las mercancías que extrae o introduce, o por el aprovechamiento de algún servicio público.
- 7.- Una franquicia es la licencia de uso de marca en donde se transfieren conocimientos técnicos y se proporciona asistencia técnica, en la cual la persona adquirente tiene la concesión para producir y/o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos por el titular, tendientes a mantener la calidad e imagen de los productos o servicios a los que se distinguen.

Haciendo análisis de los conceptos anteriormente mencionados se llega a la conclusión que una definición global de la franquicia es:

"Derecho de uso de una marca de prestigio para producir o prestar bienes o servicios mediante un contrato el cual nos otorga todo un sistema de métodos operativos, comerciales y administrativos".

Por otro lado la franquicia implica una relación comercial y de negocios entre dos partes, el empresario que desarrolla sus métodos de producción y administración así como una campaña de publicidad y estabilización de la imagen corporativa y el empresario independiente que acepta utilizar al máximo los conocimientos técnicos y compartir esa publicidad.

Cabe mencionar que la franquicia podría crear confusiones con los siguientes conceptos, estableciendo una diferencia clave de los mismos.

**DISTRIBUCION.**- Que viene del latín distributio y que es la acción o efecto de dividir una cosa designandola a quién corresponde; la diferencia entre franquicia es que está es un derecho al uso del producto o servicio y la distribución es solamente la asignación del producto o servicio.

**CONSIGNACION.**- Es la acción y efecto de destinar o señalar el rédito de una finca o efecto para el pago de una cantidad o renta que se debe o se constituye; la diferencia es que la franquicia es el derecho total del producto atendiendo su máximo rendimiento y obteniendo regalías, mientras que la consignación es la obligación del pago por el uso del bien al que se ve obligado.

**CONCESION.**- Es la acción o efecto de conceder o el otorgamiento que hace el gobierno a favor de empresas o particulares de autorización o permiso; la diferencia que existe es que la concesión es la autorización de la explotación de un territorio o de una fuente de riqueza por cuestiones políticas y la franquicia es el derecho de uso de una marca mediante un contrato estipulado entre los particulares o fungiendo como tales sin intervención directo de cuestiones políticas.

## **SUJETOS QUE INTERVIENEN EN LA FRANQUICIA QUE SE RECIBE**

**A) FRANQUICIANTE.**- El cual es una empresa establecida y probada que tiene un producto o un servicio, un concepto de su producto y/o servicio, la tecnología para desarrollar dicho producto que cuenta con una marca y un nombre comercial registrado, tiene una imagen, planes de desarrollo y mercado, desarrollo de nuevos productos, detección de proveedores de insumos básicos, que tienen controlada la calidad, que cuentan con todos los sistemas operativos y de administración suficientes y que tiene inercia, es quién desarrolla en sistema y presta su nombre o su marca registrada.

**B) FRANQUICIATARIO.**- Es una persona o grupo de personas que tienen el interés de ser sus propios jefes, de tener su propio negocio, que cuentan con cierto capital de trabajo para invertir que tienen el empeño de poder organizar su nuevo negocio, que cuentan con el tiempo para el trabajo y tienen cierto conocimiento en el área donde se quiere invertir.

Al adquirir un negocio es necesario que el franquiciatario conozca al otorgante ya que este le brindará apoyo, en el futuro.

Por otro lado el franquiciatario es el adquiriente de una franquicia, de un sistema de negocios en donde se acepta la responsabilidad de mantener la calidad e imagen de los productos y servicios que se venden, así como el de respetar las políticas de crecimiento, promoción publicidad.

## **DIFERENTES TIPOS DE FRANQUICIAS SEGUN SU COMERCIALIZACION.**

A) Como la franquicia de un nombre comercial y de un producto en donde el franquiciador otorga la licencia del uso de la marca y venta del producto como es el ejemplo de los automóviles y de los refrescos.

B) Como un formato de negocios en donde el franquiciador otorga la licencia y los derechos para utilizar la marca, distribuye sus productos y servicios y provee todos los conocimientos técnicos y administrativos del negocio, como son:

- Manuales de Operación
- Los estándares de calidad
- Entrenamiento y capacitación

Así mismo el franquiciador otorga asistencia técnica sobre su franquicia.

## **DIVERSOS TIPOS DE FRANQUICIAS**

### **UNITARIA O INDIVIDUAL**

SE REFIERE A LA FRANQUICIA QUE SE OTORGA PARA UN SOLO ESTABLECIMIENTO ESPECIFICO

### **COINVERSION**

ES MAS BIEN UNA CONSECUENCIA DE LA FRANQUICIA COMO FORMATO DE NEGOCIO, PERO DIFIERE CON ESA, EN QUE LOS NEGOCIOS INDEPENDIENTES QUE YA SE ENCUENTRAN EN OPERACION ADOPTAN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS CON FORMATO DE NEGOCIO. LAS COMPAÑIAS FRANQUICIANTES ESTUDIAN Y ANALIZAN NEGOCIOS QUE YA SE ENCUENTRAN FUNCIONANDO Y VEN LA POSIBILIDAD DE QUE ADOPTEN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS COMO FRANQUICIATARIOS SIEMPRE Y CUANDO SE ADHIERAN A LAS NORMAS ESTABLECIDAS POR EL FRANQUICIANTE.

### **MAESTRA**

ES EL MISMO CONCEPTO QUE LA FRANQUICIA REGIONAL, PERO SE REFIERE A UN PAIS DETERMINADO. (2)

### **REGIONAL**

SE REFIERE A LA FRANQUICIA QUE ABARCA UNA REGION DETERMINADA, YA SEA UNA COLONIA, UNA CIUDAD, O UNA ENTIDAD FEDERATIVA. (1)

### **MULTIFRANQUICIAS**

ES EL CONTRATO EN EL CUAL SE ESTABLECE LA OBLIGACION DEL FRANQUICIATARIO PARA DESARROLLAR UN DETERMINADO NUMERO DE FRANQUICIAS INDIVIDUALES EN UNA REGION Y UN PERIODO DETERMINADO

1) El franquiciatario regional será a su vez franquiciante ya que podrá subfranquiciar franquicias unitarias dentro de la región sobre la cual es titular.

2) Existe la posibilidad de que el franquiciante maestro otorgue franquicias regionales

## **TIPOS DE FRANQUICIA SEGUN LOS SECTORES QUE ABARCA**

### **1.- SECTOR INDUSTRIAL**

Abarca todas las actividades productivas que transforman los recursos naturales y esta integrado por la industria extractiva, industria eléctrica, industria de la construcción e industria manufacturera o de transformación.

### **2.- SECTOR SERVICIOS**

Son todas aquellas franquicias que captan ciertas actividades que ponen en contrato en el tiempo y en el espacio a los productores y consumidores y esta integrado por los siguientes sectores:

- Comercio
- Transporte
- Servicios Financieros
- Servicios profesionales
- Turismo
- Otros.

## **REQUISITOS PARA OBTENER LA FRANQUICIA**

- a) Cual es el tipo de experiencia que están requiriendo el otorgante de la franquicia.
- b) Cuantas son las horas y el personal que se requiere para poder empezar a franquiciar.
- c) Quién es el que esta otorgando la franquicia en el negocio y cuales son las directrices de su compañía.
- d) Que otras franquicias existen con el mismo sistema haciendo negocios.
- e) Cuanto le va ha costar adquirir esa franquicia y poner en marcha el negocio.
- f) Cuanto va ha tener que pagar por mantener los derechos de seguir operando su negocio, es decir a que cantidad ascienden las regalías.
- g) Si existen algunos productos o servicios que deben de adquirir o comprar por parte del otorgante, cuanto le va a costar y como le van a surtir estos servicios o productos.
- h) Cuales son los términos y las condiciones en que el franquiciante va a mantener una relación con usted, como se va a terminar el contrato y como se va renovar y su funcionamiento del pasado inmediato.
- i) Cual es la situación financiera y económica de la compañía a la que se piensa adquirir el sistema.

Se dice que existen algunas características importantes en los emprendedores que adquieren franquicias, entre las más importantes destacan que deben de ser personas con grandes ambiciones en la vida, quieran mantener todos sus conceptos bajo el término excelencia y calidad total, sea automotivante, este preocupado por el bienestar de sus colaboradores, tenga sensibilidad del mercado, decisión en sus actos, personalidad independiente, que sea ahorrador, trabajador y que los problemas no le detengan en su marcha.

### **INFORMACION QUE DEBEN DE ADQUIRIR LOS FRANQUICIATARIOS.**

Para el franquiciatario debe exigir cierta información como es la indentificación plena del franquiciante y sus franquiciatarios, información sobre la experiencia del franquiciante, identificación de los integrantes del equipo del franquiciante, acreditación legal de la personalidad de los representantes, información sobre quiebras y trastornos económicos de cualquier empresa implicada con la franquiciante, relación de costos iniciales y de operación, información sobre compras, ventas, listas de precios, políticas, calidad y servicio información sobre la asistencia técnica inicial y permanente, información sobre territorio y clientes que se otorgará por medio de la franquicia y las garantías de la misma, información sobre los causantes de rescisión y cancelación del contrato, información sobre los programas de entrenamiento, apoyo en estudios de mercado, factibilidad y publicidad, estadísticas y número de unidades franquiciadas y propias, estados financieros y balances "auditados", organización, personal, operatividad, administración y capital aproximado para la operación del negocio, nombre, dirección y teléfono de todos los demás franquiciatarios.

### **REQUISITOS PARA PODER SER FRANQUICIATARIO.**

- SER PERSONA FISICA O MORAL
- CUBRIR LA INVERSION INICIAL
- TENER O CONSEGUIR UN PUNTO DE VENTA
- FIRMAR UN CONTRATO DE FRANQUICIA
- NO COBRO DE CUOTA DE DERECHO O USO DE MARCA
- NO COBRO DE REGALIAS

## **VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS**

### **VENTAJAS**

- 1.- El franquiciatario contará con el apoyo suficiente para lograr el éxito de su empresa o negocio.
- 2.- El franquiciatario reconoce que el negocio funciona aún antes de que abra su sucursal.
- 3.- Utiliza un Sistema Administrativo Probado.
- 4.- Al adquirir la franquicia cuenta con:
  - a) Manuales de Procedimientos y Organización
  - b) Programas automatizados de administración y control.
  - c) Nombre e imagen corporativa
  - d) Mercado de proveedores seleccionados
  - e) Territorio de operación
  - f) Publicidad y Promoción
  - g) Asesoría y Asistencia en mercadotecnia
  - h) Estructura funcional
  - i) Controles de inventarios y ventas
  - j) Seguridad de éxito (100%)

Con este sistema el franquiciatario minimiza el riesgo del fracasar, se mantiene al día en las novedades tecnológicas, recibe el soporte de un gran negocio, intercambia experiencia con otros franquiciatarios y obtiene el acceso a la publicidad en los medios masivos que de otra forma difícilmente pudiera obtener.

## DESVENTAJAS

- 1.- El franquiciador será su propio jefe y nunca tendrá a quién hacer responsable cuando se presenten los problemas.
- 2.- El franquiciante será un socio para toda la vida de la franquicia.
- 3.- La reputación de las franquicias siempre dependerá de la reputación de los franquiciantes.
- 4.- La falta de interés del franquiciante por mantener una comunicación franca y constante con sus franquiciatarios.
- 5.- Tratándose de franquicias extranjeras, la indebida adaptación del sistema al territorio donde se estableció el negocio franquiciado. Respecto de franquicias extranjeras que fueron colocadas en el territorio por un franquiciatario maestro, la ineficacia de este último para "traducir y transmitir" el sistema al franquiciatario.
- 6.- Las cambiantes condiciones del mercado; concretamente, el encarecimiento de algún insumo o la caída de las ventas del negocio franquiciado.
- 7.- El ineficaz consejo del franquiciante acerca de la viabilidad del punto de venta elegido por el franquiciatario para establecer el negocio franquiciado.
- 8.- La inoperancia del sistema para el funcionamiento del negocio.

# **CAPITULO II**

## **ESTRUCTURA LEGAL**

## **ESTRUCTURA LEGAL**

### **CONCEPTO DE CONTRATO DE FRANQUICIA**

El contrato de franquicia es el documento legalmente constituido que establece los requerimientos, derechos y expectativas de la compañía franquiciante y del franquiciatario. Usualmente se incluye información detallada acerca del territorio, localización, entrenamiento, administración, disputas, proveedores, control de calidad, estándares del producto, publicidad, etc.

En este contrato como en todo contrato establecido debe de contener las responsabilidades de las dos partes y por supuesto, las obligaciones y los derechos, montos que se deben de pagar, los pagos iniciales, las regalías y la publicidad, así como los conceptos de la cancelación o terminación del contrato cuando proceda.

### **ELEMENTOS QUE CONTIENE UN CONTRATO DE FRANQUICIA**

- a) Declaración que los nombres y marcas son propiedad de la empresa franquiciante.
- b) Que delimite correcta y claramente cual es el sistema que este otorgando por medio del contrato de franquicia.
- c) El costo de la franquicia, así como el tiempo o los tiempos en que se deben pagar también el porcentaje, costo mensual de las regalías y el porcentaje para la participación en la publicidad y sus fechas de pago.
- d) Las cláusulas de financiamiento que deberán incluir montos, intereses y fechas de pago.
- e) La reglamentación sobre la calidad de los productos, servicios además el origen de procedencia de las materias primas y/o productos terminados, así como los términos de entrega y pago en caso de que el franquiciante sea la proveedora oficial del negocio.
- f) La reglamentación sobre el uso de marcas, símbolos patentes o colores que distinguen a la empresa como negocio de franquicia.
- g) Cláusulas sobre mercancías a consignación en caso de existir
- h) Reglamentación sobre el territorio, la periodicidad de la concesión y las limitaciones para el cambio físico del domicilio del negocio.

i) Las limitantes para que la empresa franquiciante pueda intervenir en manejo y funcionamiento de la franquiciadora, así como las facultades de realización en revisiones periódicas.

j) Las reglamentaciones sobre los servicios de venta y posventa que acreditan al negocio como respetable, así como la obligación de los dueños de las franquicias de atender total o parcialmente el negocio.

k) Las cláusulas de capacitación y preparación del personal en forma eventual o constante y entrenamiento.

l) La obligación de participar en promociones especiales por parte de la empresa franquiciante.

m) Sobre las políticas de venta al público y sobre los reportes de venta en forma periódica.

n) Sobre las políticas de las obligaciones de participar en promociones especiales por parte de la empresa franquiciadora.

ñ) Sobre la obligación de los trámites correspondientes ante las autoridades respectivas, tales como:

- Licencias
- Permisos
- Registros.

o) Las cláusulas de rescisión del contrato y de las responsabilidades, multas, sanciones y castigos.

p) Duración del contrato, su renovación y revocación.

## **PARTES MAS COMUNES DEL CONTRATO**

Para el franquiciatario lo que le interesa básicamente es:

**I.- REGALIAS.-** Uno de los puntos que distinguen a la franquicia es la contraprestación que el franquiciatario debe pagar por la marca y la tecnología que recibe de su franquiciante.

Normalmente existen dos tipos de regalías:

- a) Regalía Inicial ( por empezar a usar la marca y recibir tecnología).
- b) Regalía continua.- que es aquella que se paga mes con mes y que la mayoría de las veces guarda una relación directa con las ventas.

Es importante mencionar que cuando las regalías se pagan a una empresa mexicana son simplemente gravables para esta y son deducibles para el franquiciatario.

En el caso del pago inicial incluye la publicidad, la capacitación y entrenamiento inicial, la asistencia para la localización del punto de venta, la asistencia para inicio de operaciones entre otros.

Este costo inicial denominado FRANCHISE FEE es un pago que se le hace al franquiciante para utilizar sus sistemas, sus conocimientos y el derecho de su nombre, además de este pago, regularmente las franquicias traen aparejando un pago mensual por concepto de regalías y por publicidad, estos dos últimos conceptos se conforman con un porcentaje de las ventas totales que se pagan al franquiciante para que pueda, por una parte seguir proveyendo la asistencia técnica y derecho de uso de marca, y por la otra utilizar fondos de diversos franquiciadores para poder pagar publicidad y campañas masivas de la misma.

Los costos oscilan dependiendo de la dimensión del mercado, del nombre y de los productos.

En las ocasiones no existe pago inicial o FRANCHISE FEE y en otras este puede ser extremadamente alto, en cuanto a los porcentajes por concepto de regalías, ya que podríamos considerar que oscilan entre el 3% y el 9% y en cuanto a la publicidad entre el 2% y el 7%, dependiendo de los tipos de productos que se estén enfocando, tipos de mercado y tipos de marcas registradas que se estén manejando.

### **REGALIAS EN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS.**

El concepto básico de las regalías es el pago al que se hace acreedor el inventor de un "producto o servicio". Normalmente el pago de regalías menos el costo de los servicios que proporciona el franquiciante, dan como resultado la utilidad que este último recibe por los esfuerzos realizados y capital de inversión para inicio; expansión y operación del sistema de franquicias.

Retomando los tipos de regalías tenemos los siguientes:

**1.- POR ASISTENCIA TECNICA.-** Dentro de estas existen pagos fijos que tiene como ventaja su fácil administración y el que no penalizan el éxito; sin embargo también tienen algunas desventajas como lo es la contradicción del concepto básico del sistema de franquicias (franquiciar un creciente número de servicios que los franquiciatarios requieren para seguir creciendo) siendo que el otorga más franquicias y no proporcionará un incentivo para proveer a los franquiciatarios de mercadotecnia del cual requieren incrementar sus ventas. Las regalías simples van de un 3% a un 10% de las ventas, vale la pena distinguir entre los que son regalías altas y bajas; las primeras son justificables siempre y cuando los servicios proporcionados por el franquiciante generen un beneficio real al franquiciatario y no deben de ser tan altas como para impedir que el franquiciatario obtenga utilidades que le permitan, recuperar su inversión en un plazo razonable.

De esta forma las regalías por asistencia técnica.- son las llamadas regalías por producto, en donde la regalía por producto, va implícita en el precio del producto que el franquiciante vende al franquiciatario, cabe mencionar que bajo este sistema el nombre del negocio y el producto es el mismo.

Las franquicias que operan bajo este sistema o esquema tienen la ventaja de que pueden ajustar su nivel de ingresos y utilidades más fácilmente que las que operan con regalías simples, sin embargo en los últimos años el número de franquicias que utilizan este sistema a disminuido en gran medida.

**2.- PARA FONDO PUBLICITARIO.-** Dentro de esta categoría existente la modalidad de regalías con fines publicitarios institucionales, que son las que se cobran por el franquiciante para llevar a cabo los programas publicitarios en beneficios de todo su sistema de franquicias y normalmente el desarrollo creativo y estratégico del programa así como su implantación; con el fin de lograr la uniformidad del concepto presentado, y el obtener un alto grado de profesionalismo en su presentación.

Algunas franquicias establecen comités publicitarios para el desarrollo de campañas, dichos comités están formados por representantes de la oficina central y los franquiciatarios, dando esto como ventaja que las campañas publicitarias que los franquiciatarios tienen su trato día a día con los consumidores finales.

El programa publicitario debe cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Asegurar que el franquiciante tenga un control sustancial que de la imagen y mensaje publicitario que la empresa quiera proyectar.
- b) Proveer algún tipo de mecanismo que permita la participación de los franquiciatarios.
- c) Optimizar los recursos publicitarios al máximo.

d) Llegar al público, objetivo deseado utilizando los medios publicitarios más efectivos.

En un sistema de franquicias de alguna manera se establece una sociedad mercantil en utilidades, pues la misión del franquiciante es hacer que el franquiciatario haga ganar a la franquicia y cuando el franquiciante recibe el pago de regalías, su misión será aplicar ese pago en lugares donde impacte al desarrollo de sus franquiciatarios.

El franquiciatario debe de tener la responsabilidad de hacer mucho dinero para darle a la franquicia las regalías que le van a permitir seguir creciendo y desarrollandose.

Por otro lado es importante hacer notar que si el franquiciatario esta luchando por salir adelante, es básico que el franquiciante lo apoye y es por lo tanto el franquiciante como franquiciatario tengan en cuenta que lo que se espera es que se reinviertan las utilidades para que a la larga el sistema de franquicias sea negocio y crezca.

**II. PUNTO DE VENTA.-** Ya que la franquicia implica la repartición de una operación comercial, en el contrato de franquicia se deberá especificar con toda claridad este punto en cuanto equipamiento a la imagen interior y exterior, etc.

**III. MARCAS Y NOMBRES COMERCIALES.-** Normalmente este capítulo se encuentra regulado de manera muy amplia, en el cual se va a encontrar una enorme protección en favor del franquiciante, hay que tener en cuenta que marca la tecnología que son sin duda unas de las propiedades más usadas que tiene el franquiciante y esta transmitiendo al franquiciatario.

**IV. CAPACITACION, ENTRENAMIENTO Y ASISTENCIA TECNICA.-** Es una de las formas que tienen los franquiciatarios de recibir la tecnología que les este transfiriendo el franquiciante, por lo que es muy importante determinar y precisar los términos en los que se van a dar esta capacitación, es decir, como, donde, y quién le va a dar, quién le va a pagar, etc.

La asistencia técnica permanente, ya que es soporte que da el franquiciante.

**V. MANUALES DE OPERACION.-** La segunda forma de transferencia de tecnología por parte del franquiciante al franquiciatario, es a través de manuales, los cuales permiten que la tecnología sea transferible y así el franquiciatario pueda operar el establecimiento de acuerdo a los procedimientos, a los estándares, a las políticas y a las normas fijadas por el franquiciante.

**VI. PUBLICIDAD.-** Esta es uno de los elementos que hacen atractiva la franquicia, por el hecho de que un grupo de franquiciatarios puedan tener acceso a sistemas y medios de publicidad a los que difícilmente podrían tener acceso en forma individual; por lo tanto es importante revisar como operan los sistemas de publicidad, los fondos de esta, si existe publicidad individual o colectiva, etc.

**VII. SEGUROS Y FIANZAS.-** Tanto franquiciante como franquiciatario van a cuidar que la inversión que esta puesta en una unidad se cuide para que así por algún motivo se da un siniestro que ninguna de las dos partes se vean afectadas,

con la fianza el franquiciante pueda asegurar una relación que no presente incumplimiento por parte del franquiciatario, sobre todo en el rubro de regalías.

**VIII. DURACION DEL CONTRATO.-** Es común que en esta cláusula se establezcan condiciones de renovación del mismo.

**IX. TRANSFERENCIA DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES QUE SE ADQUIEREN EN EL CONTRATO.-** Se habla de regalías muy estrictas para regular la transferencia de la franquicia a otra persona a fin de que siempre cumpla con el perfil de franquiciatarios.

**X. PENAS CONVENCIONALES.-** El establecer una sanción económica cuando cualquiera de las partes incumple con alguna de las disposiciones previstas en el contrato.

**XI. TERRITORIO.-** El contrato debe de establecer cual va hacer el territorio donde el franquiciatario va a tener la exclusividad para manejar el negocio franquiciado, de tal manera que el franquiciante respete ese territorio.

**XII. Otras cláusulas que normalmente contienen los contratos:**

- a) Equipamiento
- b) Confidencialidad
- c) Derechos y obligaciones al término del contrato.
- d) Información y registros contables.
- e) Impuestos tributacionarios competentes.

En el caso de franquicias maestras (importadas a México) es importante verificar que el franquiciatario maestro sea una empresa que haya conocido en forma general y debidamente el sistema de franquiciante extranjero, pues el hecho que este haya elegido al franquiciatario maestro mexicano como una persona que puede expandir el negocio, no da garantía respecto a la adaptación o el conocimiento del sistema.

Los contratos de franquicia no se deben registrar para la protección del franquiciante y franquiciatario, es un contrato de usuario de marcas respecto de cada unidad de franquicia, ya que los contratos de franquicia siempre contienen información estratégica y confidencial del franquiciante y desafortunadamente el registro de marcas en México, es público, así que un franquiciante que interprete la ley en ese efecto y registre el contrato de franquicia se estará arriesgando a sus competidores puedan leer el contenido del contrato.

Es de mencionarse que no es necesario que el contrato de franquicia se protocolice ante notario público o corredor público basta con que lo subscriban las partes, en ocasiones se acostumbra que exista algún testigo que le de cierto realce al acto de firma del contrato habiendo casos en que los propios abogados tanto del franquiciante como franquiciatario actuen como tales, más esto no es necesario.

Es importante señalar que una vez que se termine un contrato de franquicia, el franquiciatario no podrá seguir utilizando las marcas del franquiciante y la tecnología que utiliza ya no va dar lugar a que el franquiciatario pueda seguir utilizando beneficios de una tecnología nueva a futuro.

Se establece en el contrato un convenio de NO COMPETIR, en virtud del cual el franquiciatario asume la obligación ante el franquiciante de no competir en el mismo negocio después de terminado el tiempo.

## **ASOCIACIONES QUE CONTROLAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS FRANQUICIAS.**

### **ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS**

Quedo constituida en 1989, teniendo como principal propósito la creación y el desarrollo de las franquicias en nuestro país.

El último año el sistema de franquicias ha tenido un gran desarrollo, no sólo en países como Estados Unidos, Canadá y Japón, sino también como Brasil y México; donde un porcentaje importante de la comercialización de productos y servicios ya se hace a través de franquicias.

### **OBJETIVOS**

1.- Fungir como vínculo y/o contacto entre franquiciante e inversionistas mexicanos y/o extranjeros.

2.- Presentar ante las autoridades competentes un frente común con el propósito de lograr una mejor proyección y desarrollo de las franquicias en nuestro país.

3.- Mantener un intercambio constante con entidades similares afiliadas en el comercio exterior, promoviendo y participando en congresos, seminarios y eventos internacionales relacionados con este género.

Para la realización de estos se cuenta con la participación de representantes del sector gubernamental y financiero; así como de expertos en la materia, cuyo principal objetivo es crear el único foro en el cual se intercambian puntos de vista y opciones de la situación actual del desarrollo de las franquicias en nuestro país.

4.- Establecer patrones para la práctica del sistema de franquicias en México, con la finalidad de ampliar el mercado y garantizar la seriedad del sistema.

La **ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS** requiere responder directa y rápidamente hacia las necesidades de sus miembros mediante la búsqueda conjunta de soluciones a través de comités, juntas mensuales, actividades de investigación, ferias de oportunidades de franquicias, etc. También ve por mejorar el estándar e incrementar el desarrollo de la industria de las franquicias.

## **CODIGO DE ETICA DE LA ASOCIACION DE FRANQUICIAS, A.C. (A.M.F.)**

### **ARTICULO 1º**

Definiciones: Para los efectos de este código se entenderá por:

**I) ASOCIADOS:** Todas las personas físicas o morales que pertenezcan a la Asociación Mexicana de Franquicias, A.C. que se dediquen a otorgar franquicias de los productos o servicios que ofrezcan y que tengan sus licencias y permisos conforme a la legislación mexicana.

**II) FRANQUICIANTE:** Es toda persona física o moral que otorgue vía un convenio o contrato de franquicia, licencia de uso de su marca, servicio o producto en el mercado nacional.

**III) FRANQUICIATARIO:** Es toda persona física o moral que reciba del franquiciante la autorización contractual para el uso de marca, servicio o producto en el mercado nacional.

### **IV) CODIGO DE ETICA.**

El presente código de ética.

### **V) COMITE DE ETICA**

Es el organismo que se encarga de calificar candidatos a pertenecer a la Asociación Mexicana de Franquicias vigila la relación entre los asociados y la Asociación Mexicana de Franquicias, recibe quejas, resuelve controversias entre asociados y/o franquiciantes y en su caso aplica las sanciones y medidas correctivas procedentes.

**VI) ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS:** Todo lo relacionado con la Asociación Mexicana de Franquicias, A.C.

### **ARTICULO 2º**

#### **NORMATIVIDAD.**

El código de ética establece las normas mínimas que rigen las relaciones de los asociados y la Asociación Mexicana de franquicias, también las normas que se consideren como mínimas, reconociendo que existen otras de carácter legal y moral que complementan el presente código.

### **ARTICULO 3º**

**ALCANCE DEL CODIGO:** Los socios de la Asociación Mexicana de Franquicias deberán ajustarse a las disposiciones contenidas en el presente código, independientemente de su relación y obligaciones existentes con otras entidades relacionadas con la Asociación Mexicana de Franquicias.

**ARTICULO 4º**

**INTERPRETACION DE CODIGO DE ETICA:** Los integrantes del Comité de ética serán las personas facultadas para resolver cualquier controversia relacionada con los socios de la Asociación Mexicana de Franquicias.

**ARTICULO 5º**  
**OBLIGACIONES DE FRANQUICIANTES FRENTE A LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS:**

**REPRESENTACION:**

El franquiciante en todo momento deberá de representar dignamente a la Asociación Mexicana de Franquicias en los distintos foros relacionados con la misma.

**CALIDAD:** EL franquiciante en todo momento compromete a ofertar sus productos o servicios con altos estándares de calidad.

**ASPECTOS LEGALES:** Los asociados se comprometen a ofertar sus servicios como productos apegados estrictamente a la que dicte en la materia la legislación mexicana. Se deberá establecer y especificar el uso de logros y marcas, específicamente técnicas, estándares mínimos, y la tecnología que el franquiciante se compromete a otorgar a sus franquiciatarios.

En el mismo contrato de franquicias se deberán de establecer vigencia de la franquicia, costos, así como el uso de manuales y tecnología pertenecientes a esa marca.

**ARTICULO 6º****RESPONSABILIDAD ANTE LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS:**

**RESPONSABILIDADES DE LOS FRANQUICIANTES:** Todo asociado a la Asociación Mexicana de Franquicias asumirá las responsabilidades que estén establecidas en sus respectivos contratos de franquicias.

**ARTICULO 7º**  
**RESPONSABILIDADES CON LOS SOCIOS DE LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS:**

Todos los socios procurarán tener buenas relaciones con los demás asociados, así como con la Asociación Mexicana de Franquicias y promoviendo siempre el apoyo mutuo para mantener la buena reputación, nombre y prestigio en alto de los asociados y de la Asociación Mexicana de Franquicias.

## **ARTICULO 8º**

### **RESPONSABILIDAD DE LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS FRENTE A LOS MIEMBROS ASOCIADOS.**

Los asociados de la Asociación Mexicana de Franquicias mantendrán excelentes relaciones con otras Asociaciones que se dediquen a negocios relacionados con franquiciantes Nacionales o Internacionales.

### **CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES:**

Todo Asociado tiene la obligación de acatar las normas, disposiciones, políticas y directrices que sean emitidas por la Asociación Mexicana de Franquicias.

### **PARTICIPACION**

Todo asociado deberá hacer lo posible por participar en los eventos que promueva la Asociación Mexicana de Franquicias, buscando en todo momento incrementar la membresía y participar en el crecimiento y buena reputación de la Asociación Mexicana de Franquicias.

## **ARTICULO 9º DE LA ACEPTACION DE NUEVOS SOCIOS**

El comité de ética de la Asociación Mexicana de Franquicias aceptará y/o rechazará la inclusión de nuevos asociados a la Asociación Mexicana de Franquicias. En todo momento, esta aceptación y/o rechazo del nuevo asociado, la realizarán los miembros del comité de ética, avocados siempre al principio de la Asociación Mexicana de Franquicias crezca y se mantenga de acuerdo con los buenos principios de libre competencia, de las leyes mexicanas y de los intereses de todos los asociados.

### **NUEVOS SOCIOS**

Los aspirantes a nuevos socios de la Asociación Mexicana de Franquicias, someterá a este comité su solicitud de ingreso, detallando su producto o servicio ofertado, características de servicio y producto, así como los costos de la franquicia.

### **PERIODO DE ACEPTACION**

El aspirante asociado recibirá en un plazo máximo de 30 días una carta del comité de ética, con la aceptación y/o rechazo de la solicitud que nos haya enviado para pertenecer a la Asociación.

## **ARTICULO 10º**

### **SANCIONES**

Todo asociado que incumpla con las disposiciones señaladas por este comité, será acreedor a las sanciones que el mismo comité de ética señale.

#### **TIPOS DE SANCIONES:**

- a) Amonestación
- b) Suspensión temporal
- c) Expulsión.

#### **PROCEDIMIENTOS DE APLICACION DE SANCIONES**

Para que proceda la apertura de una investigación de algún denunciante, formulará su queja ante el comité de ética, por escrito en forma detallada, para que el comité tenga una documentación base, para emitir un posible fallo.

El comité de ética, en un plazo no mayor de 30 días, emitirá un dictamen sobre la denuncia en cuestión, manteniendo por supuesto la confidencialidad del caso y salvaguardando en todo momento la buena imagen de la Asociación Mexicana de Franquicias.

## LEYES QUE REGULAN A LAS FRANQUICIAS

### LEY DE FOMENTO Y PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

#### ORIGEN

Esta ley fué publicada en junio de 1991, y la cual define el concepto de franquicias como acuerdo entre un franquiciante y el franquiciatario en el que se otorga al segundo la licencia de uso de una marca y se le transfieren los conocimientos técnicos y/o se le proporciona la asistencia técnica para que se pueda producir o vender servicios y/o prestar servicios de manera uniforme, tendientes a tener la calidad, el prestigio y la imagen de los productos o servicios por los que ésta se distingue.

Esta ley no implica la responsabilidad de tener que registrar los contratos de franquicias, únicamente; indica que el franquiciante debe de otorgar información suficiente válida sobre sus aspectos financieros y su estabilidad para que el franquiciatario pueda reconocer la posibilidad de un negocio.

- Impulsa las formas más modernas de desarrollo comercial y cuidar o proteger con mayor eficacia posible la Propiedad Industrial (elementos que constituyen uno de los pilares sobre los que se constituye cualquier sistema de franquicias ).

- MARCAS
- NOMBRES
- AVISOS COMERCIALES
- SECRETOS INDUSTRIALES
- PATENTES ETC.

#### OBJETIVOS

I.- Establecer las bases para las actividades industriales y comerciales del país para que tenga lugar un sistema permanente de perfeccionamiento de sus procesos y productos.

II.- Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos dentro de los sectores productivos.

III.- Propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y el comercio, conforme a los intereses de los consumidores.

IV.- Favorecer la creatividad para el diseño de la presentación de productos nuevos y útiles.

V.- Proteger la propiedad industrial mediante la regulación de patentes de invención de registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas y avisos industriales; de nombres comerciales de denominaciones de origen y de secretos industriales y,

VI.- Prevenir los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos.

## **ARTICULOS QUE RIGEN A LA FRANQUICIA.**

### **ARTICULO 136**

El titular de una marca registrada podrá conceder mediante convenio, licencia de uso a una o más personas, con relación a todos o algunos de los productos o servicios a los que se aplique dicha marca. La licencia deberá ser inscrita en la Secretaría para que pueda producir efectos en perjuicio de terceros.

### **ARTICULO 137**

Para inscribir una licencia en la Secretaría bastará formular la solicitud correspondiente en los términos que fije el reglamento de esta ley.

### **ARTICULO 138**

La cancelación de la inscripción de una licencia procederá en los siguientes casos:

I.- Cuando la solicitud conjuntamente el titular de la marca y el usuario a quien se la haya concedido la licencia.

II.- Por nulidad, caducidad o cancelación del registro de marcas.

III.- Por orden judicial.

### **ARTICULO 139**

Los productos que se vendan o los servicios que se presten por el usuario deberán ser de la misma calidad de los fabricados o prestados por el titular de la marca.

Además esos productos o el establecimiento en donde se presten o contraten los servicios, deberá indicar el nombre del usuario y demás datos que prevenga el reglamento de esta ley.

### **ARTICULO 140**

El usuario al que se haya concedido una licencia que se encuentre inscrita en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, salvo estipulación en contrario, tendrá la facultad de ejercitar las acciones legales tendientes a impedir la falsificación o uso ilegal de la marca, como si fuera su propio titular.

### **ARTICULO 141**

El uso de la marca por el usuario que tenga concedida licencia inscrita en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, se considerará como realizado por el titular de la marca.

## ARTICULO 142

Existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que esta distingue.

Quién conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretenda conceder, previamente a la celebración del convenio respecto, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta ley

Derivado de lo anterior es importante mencionar que no es necesario registrar los contratos de franquicias ante esta Secretaría solamente bastará con el registro de marca para tener derecho de otorgar licencia para su uso y explotación.

## LEY DE DERECHOS DE AUTOR

El derecho de Autor pertenece a la rama del derecho denominada propiedad intelectual, la cual a su vez incorpora el derecho sobre las creaciones nuevas, patentes, diseños industriales, modelos de utilidad y secretos industriales, signos distintivos, marcas de productos o servicios, nombres y avisos comerciales y denominaciones de origen y la represión a la competencia desleal.

\* **DERECHO DE AUTOR** " El conjunto de normas que protegen a las personas, del autor y su obra, respecto del reconocimiento de la calidad de autor, de la facultad que tiene el autor para oponerse a toda modificación que pretenda hacerse de su obra, por sí mismo o terceros".

El sistema de protección de derechos de autor en México protege al "autor", y, para ello se le han reconocido una serie de derechos de carácter exclusivo.

Por otra parte, se considera a la obra como el producto y la expresión de su talento, sensibilidad e ingenio para ser objeto de protección, la obra debe de presentar una verdadera expresión creativa, original, completa, unitaria y que tenga significado.

Asimismo está ley establece una referencia ilustrativa de diferentes géneros de obras, como son:

- Obras literarias, científicas, técnicas, jurídicas,
- Musicales, pedagógicas, con letra o sin ella, de danza, pantomímicas, de dibujo, grabados de arquitectura, cinematografía, audiovisuales, radio, televisión de programas de computación y de todos los demás que por analogía pudieran considerarse comprendidas dentro de los tipos genéricos de obras artísticas e intelectuales antes mencionadas.

Las obras pueden ser individuales o colectivas, según la participación de una o varias personas.

Son obras colectivas las realizadas por un grupo de 2 o más autores a los que se denomina coautores o colaboradores.

Esta ley "Derecho de Autor" reconoce dos clases o subespecies de derechos:

**1.- MORALES.-** representan la manifestación de la personalidad del autor del mundo que lo rodea

Esto significa que por medio de la obra, el autor comunica al exterior aquello que reside en su espíritu ó interior. Por lo tanto es una forma de expresar o proyectar toda aquella idea que recoge de sus conocimientos, experiencias y sentimientos.

Este tipo de derechos no podrán reunirse, transferirse, cederse toda vez que son inherentes al autor.

Los derechos de Autor Morales se dividen en varias categorías:

**a) DERECHO MORAL DE PATERNIDAD.-** Consiste en que cada vez que se utilice tienen la obligación de mencionar al nombre del autor. A través de esta norma, la legislación busca establecer una vinculación permanente entre la obra y el creador de la obra, el autor.

**b) DERECHO MORAL DE INTEGRIDAD.-** Oposición a modificar las obras sin consentimiento de autor, significa que el usuario de las obras no podrá modificar, ni siquiera el signo de puntuación más insignificante sin la autorización escrita del autor.

**2.- DERECHOS PATRIMONIALES.-** El autor goza de la facultad para utilizar y explotar la obra en forma exclusiva. De esta forma dicho autor o su causahabiente puede transferir, licenciar o disponer de sus derechos patrimoniales de autor en los siguientes rubros:

- a) Reproducción de obras
- b) Comercialización y distribución de la misma
- c) Control sobre la producción de obras derivadas
- d) Arreglos, comprendidos, ampliaciones, traducciones, adaptaciones, compilaciones, transformaciones de obras, autorización, proyección y representación pública de la obra,
- e) Derecho a la exhibición de obras plásticas.

Sin embargo cabe mencionar que el derecho patrimonial no radica necesariamente en función del autor de las obras sino en función de quien esté facultado para explotarlas.

Es importante hacer énfasis que no es obligatorio recurrir al registro de las obras como requisito de protección, toda vez que dicho registro produce efectos declarativos y no constitutivos, los cuales están únicamente vinculados con la creación misma de las obras.

Sin embargo el registro de la obra establece la presunción de ser ciertos hechos y actos de él consten, salvo prueba en contrario.

El principio de ausencia de formalidades cubre asimismo el uso de las leyendas de ley. Sin embargo, la ley federal sobre el Derecho de Autor señala que en caso de que no se utilicen las leyendas en un ciclo visible de la reproducción de la obra objeto de publicación, no se producirá la pérdida del derecho de autor, pero la ley sujeta al editor responsable a las sanciones que ésta establece.

Dentro de las Franquicias el derecho de autor, destaca de manera importante la existencia de uno ó más signos distintivos, que le dan uniformidad y que constituyen el bastión sobre el cual descansa el crédito comercial del negocio franquiciado.

Sin embargo, existen derechos de propiedad intelectual que dan sustento a la franquicia en forma paralela a los signos distintivos, que son de naturaleza artística.

En tales casos, el titular de los derechos sobre la franquicia debe producir las obras necesarias para el desarrollo de ésta, y para explotarla adecuadamente.

De esta forma; por sus características y objetivos, la franquicia requiere de la utilización de obras ajenas las cuales se debe tener cuidado suficiente para no incurrir en violaciones y, por lo tanto en problemas de orden legal.

En virtud de lo anterior, una franquicia puede contener elementos creativos y orígenes, desde la fachada del establecimiento comercial o de servicios, hasta el contenido de manuales.

Por lo que se refiere a los contratos de licencia sobre este tipo de derechos, el franquiciante debe ser muy cuidadoso en el establecimiento de normas que restrinjan la reproducción de la obra y su utilización para fines distintos a los que prevea la licencia de referencia y que asimismo restrinjan la descompilación no autorizada y la divulgación de los secretos industriales que contenga el programa, en el caso que éste se entregue al franquiciatario en formato de código fuente.

Además nos encontramos con la;

## **LEGISLACION CIVIL Y MERCANTIL**

Inciendo de manera muy general en el sistema de franquicias, ya que este si bien es cierto que las franquicias constituyen un sistema muy especializado de comercialización, no son de tal especialidad para que se sustraiga en cualquiera de éstas legislaciones, ya que por ejemplo un contrato de franquicias no obstante su especialización, es un contrato que es celebrado para poder llevar a cabo actos de comercio.

## **REFORMAS A LA LEY DE SOCIEDADES MERCANTILES**

Con fecha 11 de junio de 1992, se publicó en el Diario Oficial de la Federación a la Ley General de Sociedades Mercantiles, que entrarán en vigor el día 12 de junio de 1992, cuyos aspectos se analizan a continuación

### **ESTRUCTURA Y CAPITAL DE LA SOCIEDAD ANONIMA Y DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.**

#### **A.- SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

En cuanto a su estructura, ahora la Ley General de Sociedades Mercantiles (ART.61) preve que esta sociedad no puede tener de más de 50 socios. Anteriormente, esta no podía tener más de 25 socios.

El hecho de que esta sociedad puede ser constituida con tan sólo dos socios no ha sido modificado.

De conformidad con las reformas a la Ley General de Sociedades Mercantiles, el capital social mínimo requerido para formar sociedad de Responsabilidad limitada, es de \$3,000,000.00, siendo que anteriormente este tipo de sociedad se podía constituir con tan sólo \$ 5,000,000.00 cada parte social será de \$ 1,000.00 ó de múltiplo de esta cantidad. A las Sociedades de Responsabilidad Limitada de capital variable existentes a la fecha de entrada en vigor de esta disposición, no les serán aplicables las reformas a la ley de Sociedades Mercantiles en cuanto a capital social mínimo.

La ley de Sociedades Mercantiles ahora dispone que todo socio de una Sociedad de Responsabilidad Limitada tiene derecho a participar en las decisiones de las asambleas de socios, gozando de un voto por cada \$1,000,000.00 de su aportación el múltiplo de esta cantidad que se hubiere determinado, salvo lo que el contrato social establezca sobre partes sociales privilegiadas.

Se establece ahora que para efectuar la cesión de partes sociales, así como para la admisión de nuevos socios en una Sociedad de Responsabilidad Limitada únicamente bastará el consentimiento de los socios que representan la mayoría del capital social, excepto cuando los estatutos sociales dispongan una proporción mayor.

#### **B) SOCIEDAD ANONIMA (S.A.)**

En cuanto a la estructura, la Ley de Sociedades Mercantiles anteriormente señalaba que se requería de un mínimo de 5 accionistas para constituir una S.A. o en su modalidad de capital variable.

Actualmente, la Ley de Sociedades Mercantiles dispone que este tipo de sociedades puede ser constituida con tal sólo 2 accionistas.

De conformidad con las Reformas a la Ley de Sociedades Mercantiles, el capital social mínimo requerido para formar una Sociedad Anónima S.A. es de \$50,000,000.00, siendo que anteriormente este tipo de sociedad se podía constituir con un capital social o (con un capital mínimo fijo en caso de ser capital

variable S.A. DE C.V.) de únicamente \$25,000,000.00 dicho capital deberá asimismo estar íntegramente suscrito, y deberá estar exhibido, por lo menos, el 20% del valor de cada acción al momento de constituirse la sociedad.

A la Sociedad Anónima o Sociedad Anónima de Capital Variable existentes a la fecha de entrada en vigor de esta disposición, no les serán aplicables las reformas a la Ley de Sociedades Mercantiles en cuanto al capital social mínimo.

La ley de Sociedades Mercantiles fue adicionada para incluir que las resoluciones tomadas fuera de asamblea tendrán, para todos efectos legales, la misma validez que si hubieran sido adoptadas en asamblea general o especial de accionistas, siempre y cuando se cumplan con los siguientes requisitos:

- De dichas resoluciones sean tomadas por unanimidad de votos de los accionistas que representen la totalidad de las acciones con derecho a voto o sean por unanimidad de votos de los accionistas que presenten la totalidad de las acciones de la categoría especial de acciones de que se trate;

- Dichas resoluciones se confirmen por escrito.

- Evidentemente que, por razón de prueba, esta confirmación deberá efectuarse por la totalidad de los accionistas tenedores de acciones con derecho a voto de la categoría especial de acciones de que se trate.

En nuestra opinión, las resoluciones así confirmadas no necesitan asentarse en el libro de actas de asambleas de accionistas ( toda vez que fueron tomadas fuera de asamblea).

Las resoluciones tomadas fuera de asamblea no requieren de cumplir con los siguientes requisitos:

a) Convocatoria y orden del día

b) Que la asamblea se celebre en el domicilio social;

c) De la designación do presidente y secretario, etc, sin embargo, para su ejecución deberán protocolizarse y cumplirse con las demás formalidades que para cada caso establece la Ley de Sociedades Mercantiles.

En caso de que la Sociedad Anónima o la Sociedad Anónima de capital variable cuente con un órgano colegiado de administración, la Ley de Sociedades Mercantiles fue modificada para establecer que las resoluciones tomadas por los consejeros de la Sociedad fuera de sesión de Consejo, para efectos legales tedarán la misma validez que si hubieran sido adoptadas en sesión de consejo, siempre y cuando se cumplan los siguientes requisitos:

a) Que esta posibilidad se encuentre contemplada en los estatutos sociales de la sociedad;

b) Que dichas resoluciones sean tomadas por unanimidad de votos de los consejeros y

c) Que dichas resoluciones se confirmen por escrito posteriormente a su adaptación.

Las resoluciones así confirmadas no necesitan asentarse en el libro de sesiones del Consejo de Administración.

### **C) GARANTIAS DE ADMINISTRACION Y FUNCIONARIOS**

Anteriormente, la Ley de Sociedades Mercantiles establecía la obligación a cargo de los administradores y funcionarios de la sociedad, de caucionar su manejo de dichos encargos, para asegurar las responsabilidades que pudieran contraer en el desempeño de sus encargos.

Actualmente, el otorgamiento de las citadas garantías o cauciones es opcional.

Para la aplicación de esta opción, tiene las siguientes modalidades:

- 1.- Que los estatutos prevean que en todos los casos deberán proporcionarse la garantía.
- 2.- Que los estatutos prevean que en cada caso, la asamblea decida si se presta o no dicha garantía y;
- 3.- Que los estatutos no prevean nada al respecto, en cuyo caso consideramos que no existe la obligación de proporcionarse la garantía.

Sin embargo en caso de que los estatutos sociales o la asamblea general de accionistas establezcan la obligación del otorgamiento de garantías por parte de los administradores y funcionarios de la sociedad, no se podrán inscribirse en el Registro Público de Comercio ( correspondiente al domicilio de la Sociedad) los nombramientos de los administradores y gerentes, sin que se compruebe que han otorgado la mencionada garantía para caucionar su manejo en dichos encargos.

### **D) AUTORIZACIONES JUDICIALES**

Anteriormente se establecía la obligación de recabar la autorización de las autoridades judiciales para inscribir las escrituras constitutivas o de modificación de las sociedades mercantiles en los Registros Públicos de comercio del país.

Esta obligación fue eliminada en las reformas de la Ley de Sociedades Mercantiles, haciéndose extensiva a las escrituras otorgadas antes de la entrada en vigor de las reformas.

### **E) PODERES**

Las reformas a la Ley de Sociedades Mercantiles en cuanto a los poderes se originaron por los conflictos procesales que han surgido entorno a los mismos, cuando la parte en un juicio al pretender acreditar su personalidad, lo hacia con poderes que no cumplían con los requisitos formales que exige la legislación civil, motivos por los cuales los poderes se encontraban afectados de nulidad, por lo que a dicha parte en juicio se le tenía por no acreditada su personalidad.

Para que surtan efecto los poderes otorgados por las sociedades mercantiles mediante acuerdo de la asamblea o del órgano colegiado de administración, aplican las siguientes reglas:

- 1.- Bastará con la protocolización ante Notario Público de la parte del acta en que conste el acuerdo relativo a su otorgamiento;

2.- Dicha acta deberá estar firmada por quienes actuarán como presidente o secretario de la asamblea de la sesión del órgano colegiado de administración.

El presidente o el secretario de una u otra, deberán de firmar el instrumento notarial correspondiente, o en su efecto, lo podrán firmar el delegado especialmente designado para ello en sustitución de los anteriores. Sin embargo, en cuanto a las SOCIEDADES ANONIMAS O SOCIEDADES ANONIMAS DE CAPITAL VARIABLE; la ley de Sociedades Mercantiles establece que los delegados nombrados por el Consejo de Administración para la ejecución de actos concretos, deberán ser en todo caso miembros del mismo consejo;

3.-El notario público deberá hacer constar en el instrumento notarial, la denominación o razón social de la sociedad, su domicilio, duración, el importe del capital social, el objeto de la sociedad así como las sociedades que conforme a los estatutos que le corresponden al órgano que acorda el otorgamiento del poder;

4.-Si la Sociedad Mercantil otorga un poder por conducto de una persona distinta a los socios o accionistas o los administradores, deberá acreditar ante el Notario Público que dicha persona cuenta con las dificultades para otorgar dicho poder. De no dar cumplimiento a todos los requisitos anteriormente señalados, los poderes no surtirán efecto legal alguno.

## **LEY FEDERAL DEL TRABAJO**

Se aplicará para las Franquicias de la misma manera en que se considerará para un ente económico, por lo tanto la legislación laboral se involucra también de manera importante en materia de Franquicias.

Son de mencionarse también dos leyes muy recientes que inciden en la regulación de toda actividad económica:

## **LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR**

La Franquicia está dirigida a la venta de productos y servicios, es decir es un sistema de Comercialización en donde existen consumidores, los cuales de acuerdo a esta Ley cuenta con una serie de derechos que hay que respetar; es importante dejar establecido que cuando se habla de un sistema de Franquicias, se entiende que cada unidad constituye una empresa diferente y no puede pensarse que hay una responsabilidad conjunta por todo el sistema.

## **LEY DE COMPETENCIA ECONOMICA**

La cual pretende ubicar a la actividad comercial en México al nivel de la de nuestros principales socios, asegurándose de que la competencia sea efectiva, que la libre competencia en al que tiene que moverse la actividad industrial realmente se dé y por lo tanto se impidan situaciones o prácticas que se traduzcan en acaparamiento o en monopolio de alguna manera acuerdo entre comerciantes o productores que vayan a perjudicar al público en general.

En esta ley queda muy clara que las franquicias de ninguna manera pueden considerarse un monopolio, toda vez que participan de un mercado en donde la competencia es completamente libre, sin embargo ésta ley debe observarse con mucho cuidado a efectos de que no vayamos a caer en situaciones de competencia desleal o prácticas monopólicas que puedan afectar una actividad comercial.

Es importante únicamente establecer que las franquicias como tal (sistema de Comercialización) que involucra el traspaso de una tecnología y el licenciamiento de una marca de ninguna manera constituye una práctica monopólica que es penado o prohibido por esta ley.

Todas las leyes mencionadas anteriormente constituyen las disposiciones básicas que integran el Marco Jurídico del sistema de Franquicias en México. Dicho Marco está en desarrollo ya que existe una continua perfección de las distintas disposiciones, sin embargo es importante mencionar que existen Reglamentos a algunas de ellas que están en proceso de conclusión.

## **OBLIGACIONES FISCALES GENERALES**

De acuerdo a las características de la empresa, a disposiciones reglamentales y al Régimen General de la Ley se tienen el siguiente marco fiscal:

### **IMPUESTO SOBRE LA RENTA**

- Las personas morales están obligadas al pago del Impuesto sobre la Renta.
- El Impuesto sobre la Renta deberá calcularse a la tasa del 34%.
- La base sobre la cual se calculará dicho impuesto será la utilidad fiscal que se obtenga del periodo que se calcule.
- Se efectuarán pagos provisionales por cada mes, a más tardar el 17 del mes siguiente, de aquel a que corresponda dicho pago.
- Declaración anual se presentará dentro de los tres meses siguientes a la fecha de cierre del ejercicio.

### **CONTABILIDAD**

- 1.- La contabilidad se llevará en los libros diario y mayor, debidamente encuadernados, empastados y foliados.
- 2.- Los asientos en la contabilidad serán analíticos y deberán efectuarse dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se realicen las actividades respectivas.
- 3.- Por cada gasto que se tenga, proveniente del giro de la empresa se solicitará comprobante de dicho gasto, debiendo reunir en forma impresa en el comprobante, los siguientes requisitos:

- \* NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL
- \* DOMICILIO FISCAL
- \* CLAVE DE R.F.C., DE QUIEN EXPIDE EL DOCUMENTO.
- \* NUMERO DE FOLIO
- \* LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION
- \* CANTIDAD Y CLASE DE MERCANCIAS O DESCRIPCION DEL SERVICIO QUE AMPAREN.
- \* VALOR UNITARIO CONSIGNADO EN NUMERO Y LETRA, ASI COMO EL MONTO DE LOS IMPUESTOS QUE EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES DEBAN TRASLADARSE, EN EL CASO.
- \* COPIA DE LA CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL IMPRESA EN EL COMPROBANTE.

4.- La empresa debe expedir comprobantes, cuando realice operaciones de venta, dichos comprobantes deben reunir los requisitos del punto anterior.

5.- Los comprobantes a las que se refieren el punto anterior, deberán ser impresos en los establecimientos que autorice la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (S.H.C.P.) que cumplan con los requisitos que al efecto se establezcan mediante reglas de carácter general.

#### **IMPUESTO AL VALOR AGREGADO**

1.- Cada operación de venta que se realice, se le aplicará la tasa del 10%.

2.- Los pagos provisionales del IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A) se efectuarán en forma mensual, a más tardar el 17 del mes siguiente, del que corresponda dicho pago.

Mismo que se obtendrá de la diferencia entre el IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A) a cargo y el IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A) a favor.

3.- El IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A.) para poder ser acreditado será indispensable que sea separado en forma expresa en todos los comprobantes de gastos o deducciones.

4.- La declaración anual del IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (I.V.A.) se presentará dentro de los tres meses siguientes al cierre de ejercicio.

#### **IMPUESTO AL ACTIVO**

El impuesto al activo será del 2% sobre la base de la diferencia entre el valor promedio del activo y el valor promedio de los pasivos.

Se efectuarán pagos provisionales por cada mes, a más tardar el 17 del mes siguiente, de aquel a que corresponda dicho pago.

La declaración anual del impuesto al Activo se presentará dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio.

El impuesto sobre la Renta (I.S.R.), Impuesto al Valor Agregado (I.V.A) Y el Impuesto al Activo (I.A.), se presentará dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio.

El Impuesto sobre la Renta, Impuesto al valor Agregado y el Impuesto al Activo se presentarán conjuntamente para su pago en la forma de pagos provisionales, parcialidades y retenciones de Impuestos federales que expide la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (S.H.C.P.).

- 2% SOBRE LA NOMINA EN FORMA MENSUAL
- 5 % AL INFONAVIT, EN FORMA BIMESTRAL
- 2% SAR, EN FORMA BIMESTRAL
- CUOTA OBRERO-PATRONAL, EN FORMA MENSUAL

Para efectos del Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) se abrirá la cuenta en el Banco respectivo.

### **LEY DEL SEGURO SOCIAL**

Son las contribuciones que patrones y trabajadores aportan al INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (I.M.S.S.) en base al salario integrado de los trabajadores, para que estos gocen de asistencia médica, pagos de incapacidad en enfermedades generales y maternidad así como de indemnizaciones y pensiones por invalidez, vejez cesantía en edad avanzada y muerte.

### **REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL**

#### **ARTICULO 1**

La inscripción comprenderá a los patrones y trabajadores sujetos a la obligación del seguro en la circunscripción territorial en que éste se implante.

La circunscripción territorial de un trabajador se determinará atendiendo al lugar donde se presta sus servicios independientemente de la ubicación legal de las oficinas principales de la empresa respectiva. Cuando un trabajador por la naturaleza de las labores que desempeña presta sus servicios en dos o más circunscripciones territoriales se atenderá la ubicación de la oficina de la que reciba ordenes o realice el pago de la remuneración correspondiente.

#### **ARTICULO 2**

El Instituto determinará, con sujeción a las leyes respectivas si los trabajadores de una empresa pertenecen o no a las categorías prevenidas en el artículo 6 de la ley. En caso de controversia hasta en tanto no cause estado una resolución definitiva de las autoridades de conciliación y arbitraje, el patrón está obligado a proporcionar los aportes correspondientes, los cuales le serán devueltos si obtiene una solución favorable.

#### **ARTICULO 3**

Los patrones deberán inscribirse e inscribir a sus trabajadores en los términos y conforme a las modalidades que señale el ejecutivo federal.

De acuerdo con el artículo anterior el patrón deberá inscribirse dentro de los quince días siguientes a la iniciación de sus trabajos.

#### **ARTICULO 4**

Al establecerse una empresa con posterioridad a la inscripción general realizará según el artículo anterior el patrón deberá inscribirse dentro de los quince días siguientes a la iniciación de sus trabajos.

#### **ARTICULO 5**

El patrón deberá inscribir a sus trabajadores sujetos a la obligación del seguro dentro de los quince días siguientes al comienzo de la prestación de servicios. En igual lapso deberán comunicar las bajas de personal que ocurriesen, las modificaciones al salario, a las condiciones de trabajo y demás datos contenidos en la cédula de afiliación.

#### **ARTICULO 6**

En la declaración de baja de personal indicarse la fecha exacta de la cesación de los servicios. En tanto el Instituto no reciba el aviso de baja subsistirá para el patrón la obligación de enterar las cuotas correspondientes a ese asegurado.

El desempeño de labores o cargos interinos no modificará la categoría del salario a la que perteneciese el trabajador.

#### **ARTICULO 7**

En el caso de incumplimiento del patrón, el trabajador podrá presentar la cédula de afiliación o comunicar las modificaciones a que se refieren los conceptos anteriores.

#### **ARTICULO 8**

El patrón deberá suministrar las informaciones que solicite el Instituto en relación con las condiciones de trabajo, grado de riesgo, objeto de la empresa, naturaleza de las actividades que desarrolla y demás datos que a juicio del mismo Instituto sean necesarios.

#### **ARTICULO 9**

El personal autorizado del Instituto podrá visitar los establecimientos donde presten sus servicios trabajadores sujetos a la obligación del seguro, así como acudir a los domicilios de estos para verificar las cédulas de afiliación y demás datos suministrados.

#### **ARTICULO 14**

La inconformidad a que se refiere el artículo 133 de la Ley en lo relativo a inscripciones, se hará valer presentando un escrito ante el Consejo Técnico dentro de los quince días siguientes a la fecha de la resolución combatida conteniendo lo siguiente:

- I.- Nombre y domicilio del inconforme
- II.- Número de la tarjeta de identificación, si la tiene.
- III.- Exposición suscrita de los motivos de inconformidad y sus fundamentos legales.

## REGISTRO Y PROTECCION DE LAS MARCAS EN MEXICO

No puede concebirse la existencia de una franquicia sino hay una marca debidamente registrada que la distinga de otros negocios.

De esta forma no es concebible ni recomendable que un inversionista adquiera una franquicia cuando el franquiciante no sea a su vez el titular de las marcas que distinguen al negocio franquiciado

En relación con el registro de marcas en México; se encuentra regulada por la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial; con la promulgación de ésta se abrogó la ley de Inversiones y Marcas, del 28 de junio de 1993. Es importante hacer mención de que México es signatario de la Convención de París de fecha 20 de marzo de 1883.

En el primer lugar, como en la mayoría de los países latinoamericanos el derecho exclusivo para explotar una marca en México deriva de su registro. La solicitud de registro de una marca en México deberá contener los siguientes datos:

I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante;

II.- El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, de la marca, mencionando si es nominativo, inominado o mixto y, en caso, si es tridimensional;

III.- La fecha de primer uso de la marca, la que no podrá ser modificada ulteriormente, o la mención de que no se ha usado;

IV.- Los productos o servicios a los que se aplicarán las marcas, y

V.- Lo demás que prevenga el reglamento de esta ley.

Si se tiene un diseño que se desea proteger, será también necesario anexarlo a la solicitud con ocho ejemplares en blanco y negro y a color (si es que se desea proteger algún color en especial) en un diseño que no sea mayor de 10 x 10 cm. ni menor de 4 x 4 cm. Deberá acompañarse a la solicitud el comprobante de pago de derechos que fije la Ley Federal de Derechos vigente, así como un testimonio notarial en el cual consten las facultades legales necesarias del poderante para sustituir en factor de la o las personas que vayan a realizar el trámite, lo anterior es aplicable en caso de personas morales; en caso de personas físicas deberán anexar una carta poder, firmada por dos testigos.

Una vez se ha presentado la solicitud ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico, dependiente de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, deberá ser sujeta a un examen administrativo, para posteriormente a uno de novedad.

Lo anterior tiene como finalidad buscar si no existe otras marcas semejantes en grados de confusión y similitud a aquella que se pretende registrar.

En el supuesto de que también se pretenda registrar un diseño, éste tampoco deberá presentar una similitud con algún otro que este previamente registrado o que sean iguales o semejantes en grado de confusión, a fin de no afectar los derechos de un tercero.

En México es posible transmitir los derechos de una marca, con el simple hecho de suscribir un contrato de cesión de derechos y presentarlo para su registro ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico.

Asimismo, una marca podrá ser utilizada tanto por su titular como por aquellos a quienes este último conceda una licencia para su uso.

La vigencia de un registro de marca es de diez años.

Una marca podrá ser renovada por períodos consecutivos de diez años por las veces que su titular lo desee.

Es de sumo interés mencionar para todos aquellos que no residan en México que de acuerdo con nuestra legislación, podrá solicitarse la nulidad de una marca mexicana, si se prueba que con anterioridad a su registro en nuestro país, ya fue registrada en el extranjero; esto, siempre y cuando se solicite en los términos de ley y obviamente, cuando el solicitante de dicho registro sea persona distinta a quien haya usado la marca en el extranjero.

Lo anterior tiene como finalidad defender a los extranjeros contra el registro no autorizado que se pretenda hacer de sus marcas en nuestro país.

Por consecuencia todo uso no autorizado de marca registrada es considerado un delito.

## **DE LOS SECRETOS INDUSTRIALES**

### **ARTICULO 82**

Se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

La información de un secreto industrial necesariamente deberá estar referida a la naturaleza, características finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción; o de los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

No se considerará secreto industrial aquella información que sea del dominio público, la que resulte evidente para un técnico en la materia o la que deba ser divulgada por disposición legal o por orden judicial. No se considerará que entra al dominio público o que es divulgada por disposición legal aquella información que sea proporcionada a cualquier autoridad por una persona que la posea como secreto industrial, cuando la proporcione para el efecto de obtener licencias, permisos, autorizaciones, registros o cualesquiera otros actos de autoridad.

### **ARTICULO 83**

La información a que se refiere el artículo anterior, deberá constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros instrumentos similares.

**ARTICULO 84**

La persona que guarde un secreto industrial podrá transmitirlo o autorizar su uso a un tercero. El usuario autorizado tendrá la obligación de no divulgar el secreto industrial por ningún medio.

En los convenios por los que se transmitan conocimientos técnicos, asistencia técnica, provisión de ingeniería básica o de detalle, se podrá establecer cláusulas de confidencialidad para proteger los secretos industriales que contemplen, las cuales deberán precisar los aspectos que comprenden como confidenciales.

**ARTICULO 85**

Toda aquella persona que, con motivo de su trabajo, empleo, cargo, puesto, desempeño de su profesión o relación de negocios, tenga acceso a un secreto industrial del cual se le haya prevenido sobre su confidencialidad, deberá abstenerse de revelarlo sin causa justificada y sin consentimiento de la persona que guarde dicho secreto, o de su usuario autorizado.

**ARTICULO 86**

La persona física o moral que contrate a un trabajador que esté laborando o haya laborado o a un profesionista, asesor o consultor que preste o haya prestado sus servicios para otra persona, con el fin de obtener secretos industriales de ésta, será responsable del pago de daños y perjuicios que le ocasione a dicha persona.

También será responsable del pago de daños y perjuicios la persona física o moral que por cualquier medio ilícito obtenga información que contemple un secreto industrial.

**LEY ADUANERA EN MEXICO****LEY ADUANERA APLICADA AL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.**

A) El Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.) no es aplicable en ninguno de los siguientes casos:

- 1) EXPORTACIONES DE SERVICIOS
- 2) IMPORTACIONES DE SERVICIOS
- 3) EXPORTACIONES DE PRODUCTOS
- 4) EXPORTACIONES DE TECNOLOGIA, NI DERECHOS
- 5) IMPORTACIONES DE TECNOLOGIA, NI DERECHOS

B) El Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.) es aplicable únicamente en los siguientes casos:

- 1) IMPORTACION DEFINITIVA DE PRODUCTOS
- 2) IMPORTACION TEMPORAL DE PRODUCTOS QUE RETORNARAN EN EL MISMO ESTADO, Y QUE SE DESTINARAN A ACTIVIDADES EMPRESARIALES.
- 3) SERVICIOS DE EXPORTACION PRESTADOS Y DEVENGADOS EN MEXICO.
- 4) ASISTENCIA TECNOLÓGICA CUANDO SE PRESTE EN LA VENTA DIRECTA DE UN BIEN DE CAPITAL.

## **LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA**

A) Dividendos obtenidos por residente mexicano en el extranjero son acumulables para el contribuyente, para efectos de este impuesto.

B) Gastos y costos generados por las operaciones en el extranjero: son deducibles para efectos del impuesto sobre la renta (I.S.R.)

C) Impuestos pagados por dividendo o cualquier otro tipo en el extranjero: son deducibles para efectos de ISR.

D) Pago de servicios al extranjero, son deducibles para efectos del impuesto sobre la renta (I.S.R.), toda vez que dichos contratos estén perfectamente registrados.

E) Pago de regalías, derechos, transferencia: son deducibles para efectos del ISR, toda vez que se retenga el impuesto correspondiente, y se registren los contratos. (En su caso).

F) La compra de mercancía en el extranjero, no podrá hacerse deducible sino hasta el momento de la importación en México, salvo casos específicos.

Es importante mencionar los siguientes casos:

A) Todas las Importaciones y Exportaciones en México están sujetas al pago de los impuestos al Comercio Exterior, salvo casos que se indican.

B) Las aduanas, y los asuntos concernientes a las aduanas, se manejan a través de las oficinas regionales fiscales.

## **LEY SOBRE CONTROL Y REGISTRO.**

Todo los contratos que involucre importación de servicios de cualquier índole, deberán ser registrados ante la autoridad competente.

## TRAMITES LEGALES Y FISCALES

TRAMITE	DEPENDENCIA	FORMATO
ALTA ANTE LA S.H.C.P.	OFICINA FEDERAL DE HACIENDA	1.- ACTA CONSTITUTIVA 2.- COMPROBANTE DE DOMICILIO 3.- IDENTIFICACION DE REPRESENTANTE LEGAL (FOTO Y FIRMA).
PERMISO DE USO DE SUELO	DELEGACION	1.- FORMATO DE USO DE SUELO. 2.- COPIA DE ALTA EN HACIENDA 3.- IDENTIFICACION DE REPRESENTANTE 4.- PLANOS
PERMISO DE BOMBEROS	H. CUERPO DE BOMBEROS	1.- COPIA DE ALTA EN HACIENDA 2.- CROQUIS 3.- FACTURA DE EXTINGIDORES 4.- LLENADO DE FORMA 5.- INSPECCION
ALTA EN LA CAMARA DE COMERCIO	CAMARA DE COMERCIO	1.- COPIA DE ALTA EN HACIENDA 2.- COPIA DE ACTA COSTITUTIVA 3.- MANIFESTAR CAPITAL CONTABLE
ALTA EN SEGURO SOCIAL	DELEGACION	1.- FORMATO DE INSCRIPCION PATRONAL 2.- PRESENTAR PROCESO DE PRODUCCION 3.- LLENADO DE INSCRIPCION DE TRABAJADORES

**PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO**

SOLICITANTE O PROPIETARIO	INFORMACION (RESPONSABLE DELEGACION)	DEPARTAMENTO CORRESPONDIENTE (PROPIO DE LA DELEGACION)
<p>1. SOLICITA LA INFORMACION PARA EL TRAMITE.</p> <p>2. ACUDE A INFORMACION DE LA DELEGACION.</p> <p>4. RECIBE LA SOLICITUD Y LA LLENA</p> <p>5. ENVA LA SOLICITUD A LA OFICINA DE INFORMACION.</p> <p>7. RECIBE INFORMACION SOBRE LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS.</p> <p>8. ENVA LOS DOCUMENTOS SOLICITADOS.</p> <p>14. RECIBE EL DOCUMENTO AUTORIZADO.</p>	<p>3. RECIBE AL SOLICITANTE Y LE DA LA INFORMACION DESEADA ASI COMO LA SOLICITUD.</p> <p>6. RECIBE LA SOLICITUD Y LE PIDE LOS DOCUMENTOS DE, CONSTANCIA DE ZONIFICACION DE SUELO, LICENCIA DE USO DE SUELO, LICENCIA SANITARIA Y TITULO DE PROPIEDAD.</p> <p>9. LE RECIBE LOS DOCUMENTOS SOLICITADOS Y LOS REvisa.</p> <p>10. ENVA LOS DOCUMENTOS AL DEPARTAMENTO CORRESPONDIENTE.</p>	<p>11. RECIBE LOS DOCUMENTOS Y LOS ANALIZA.</p> <p>12. AUTORIZA LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</p> <p>13. ENVA LA LICENCIA AUTORIZADA AL SOLICITANTE O PROPIETARIO.</p>

**PROCEDIMIENTO PARA OBTENER EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES**

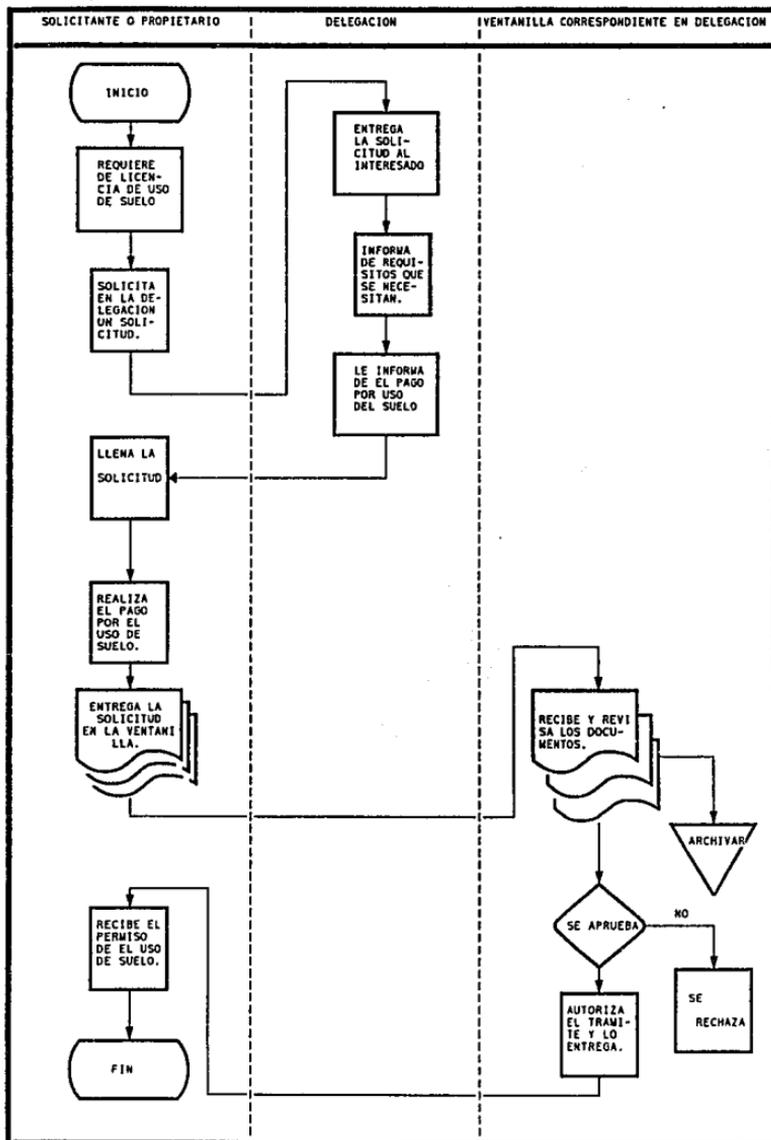
SOLICITANTE O PROPIETARIO	SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	VENTANILLA CORRESPONDIENTE
<p>1. REQUIERE REGISTRARSE ANTE HACIENDA.</p> <p>2. COMPRA LA SOLICITUD REQUERIDA POR HACIENDA.</p> <p>4. LLEVA LA SOLICITUD Y CUCUBRE LOS REQUISITOS.</p> <p>5. ENTREGA LA SOLICITUD CON LOS REQUISITOS</p> <p>9. RECIBE Y REALIZA EL TRAMITE PARA EL CORREO.</p> <p>10. LLENA EL SOBRE Y LO ENTREGA.</p> <p>13. DEPOSITA EL SOBRE EN EL BUZÓN FISCAL</p>	<p>3. VENDE LA SOLICITUD E INFORMA DE LOS REQUISITOS QUE DEBERA PRESENTAR. ORIGINAL CON COPIAS.</p>	<p>6. RECIBE Y REvisa LOS DOCUMENTOS</p> <p>7. INFORMA QUE SE QUEDE CON UNA COPIA.</p> <p>8. ENTREGA SOBRE PARA EL TRAMITE EN EL CORREO.</p> <p>11. RECIBE Y REvisa EL SOBRE.</p> <p>12. ENTREGA EL SOBRE AL INTERESADO.</p>

**PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA DECLARACION DE APERTURA**

SOLICITANTE O PROPIETARIO	RECEPCION DE LA DELEGACION	DEPARTAMENTO DE TRAMITES DE DELEGACION
<p>1. ACUDE A LA RECEPCION DE LA DELEGACION PARA PEDIR INFORMES</p> <p>3. RECIBE LA SOLICITUD Y LA LLENA.</p> <p>4. ENVIA SOLICITUD A LA RECEPCION</p> <p>7. OBTIENE LA INFORMACION SOBRE LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS.</p> <p>8. ENVIA LOS DOCUMENTOS SOLICITADOS A LA RECEPCION.</p> <p>14. RECIBE LA DECLARACION DE APERTURA AUTORIZADA.</p>	<p>2. RECIBE AL PROPIETARIO Y LE OTORGA UNA SOLICITUD</p> <p>5. RECIBE LA SOLICITUD Y LA REVISAS.</p> <p>8. PIDE AL PROPIETARIO PRESENTAR LA CONSTANCIA DEL USO DEL SUELO . LICENCIA SANITARIA Y EL TITULO DE LA PROPIEDAD.</p> <p>9. RECIBE LOS DOCUMENTOS SOLICITADOS.</p> <p>10. ENVIA LOS DOCUMENTOS AL DEPARTAMENTO DE TRAMITES.</p>	<p>11. RECIBE LOS DOCUMENTOS Y LOS REVISAS.</p> <p>12. APRUEBA LA DECLARACION DE APERTURA</p> <p>13. ENVIA LA DECLARACION AL PROPIETARIO.</p>

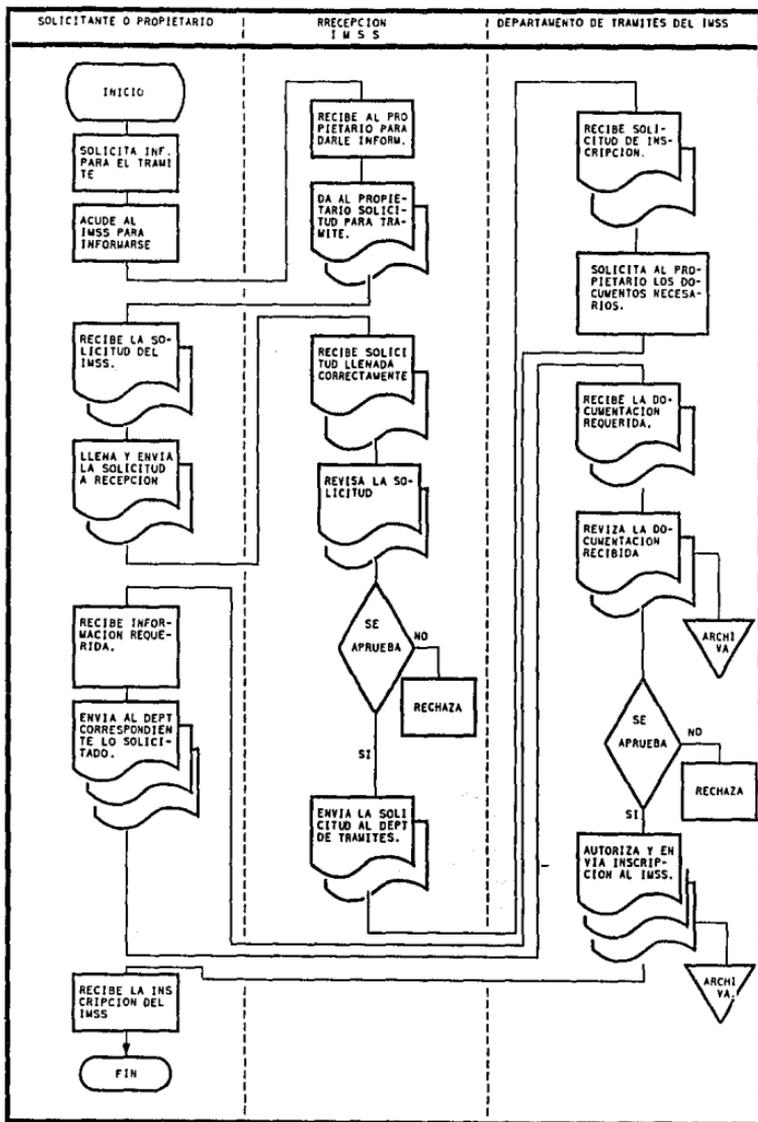


## PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DE LA LICENCIA DE SUELO





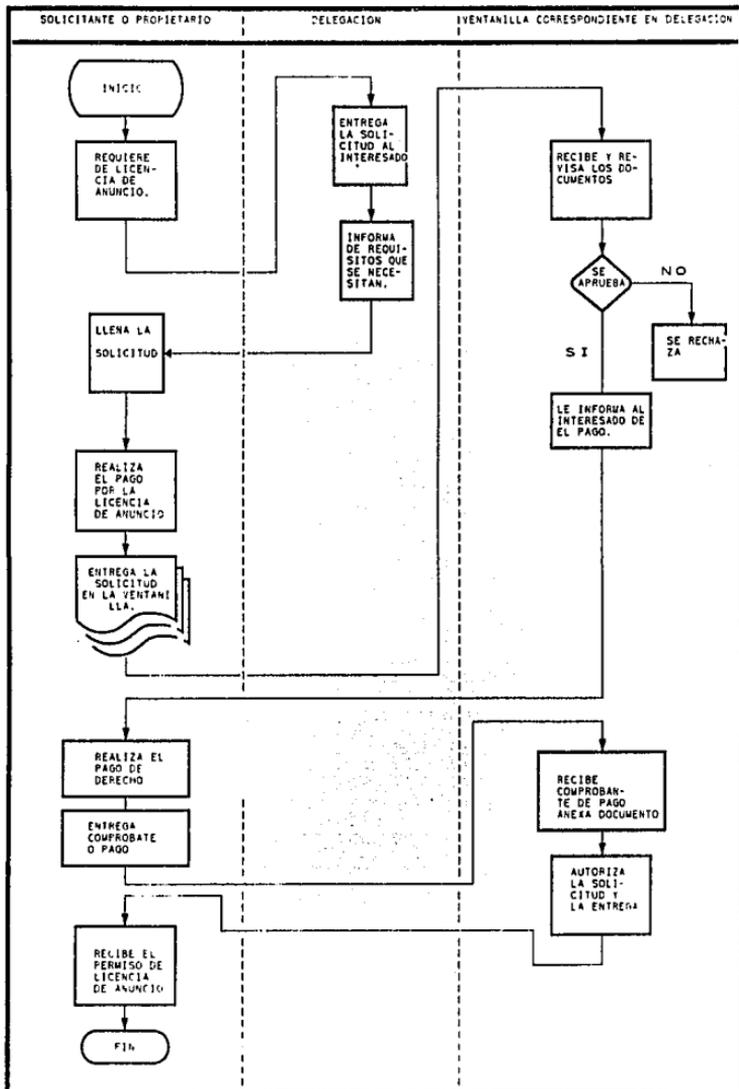
PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA INSCRIPCION AL I.M.S.S. 55.



**PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE ANUNCIO**

SOLICITANTE O PROPIETARIO	D E L E G A C I O N (RESPONSABLE)	V E N T A N I L L A (PROPIA DE LA DELEGACION)
1. SOLICITA LA LICENCIA DE ANUNCIO	2. LE OTORGA LA SOLICITUD REQUERIDA E INFORMA LOS REQUISITOS QUE DEBE PRESENTAR EN ORIGINAL Y COPIA	4. RECIBE Y REVISA LOS DOCUMENTOS. SI NO ESTAN CORRECTOS LOS RECHAZA: SI ESTAN CORRECTOS LE INDICA. CUANTO TIENE QUE PAGAR POR SUS ANUNCIOS Y EN QUE LUGAR TIENE QUE REALIZAR EL PAGO.
3. LLENA LA SOLUCITUD. ENTREGA Y PRESENTA LOS REQUISITOS SOLICITADOS EN ORIGINAL Y COPIA EN LA VENTANILLA CORRESPONDIENTE		5. RETIENE LA DOCUMENTACION
6. REALIZA EL PAGO POR DERECHO DE ANUNCIO QUE ENTREGA A LA VENTANILLA CORRESPONDIENTE.		7. RECIBE EL COMPROBANTE DE PAGO Y ANEXA CON LOS DEMAS DOCUMENTOS DEL SOLICITANTE O PROPIETARIO.
9. RECIBE EL PERMISO DE LICENCIA DE ANUNCIO.		8. SE AUTORIZA LA SOLICITUD Y LA ENTREGA.

## PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DE LA LICENCIA DE ANUNCIO



PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA SANITARIA

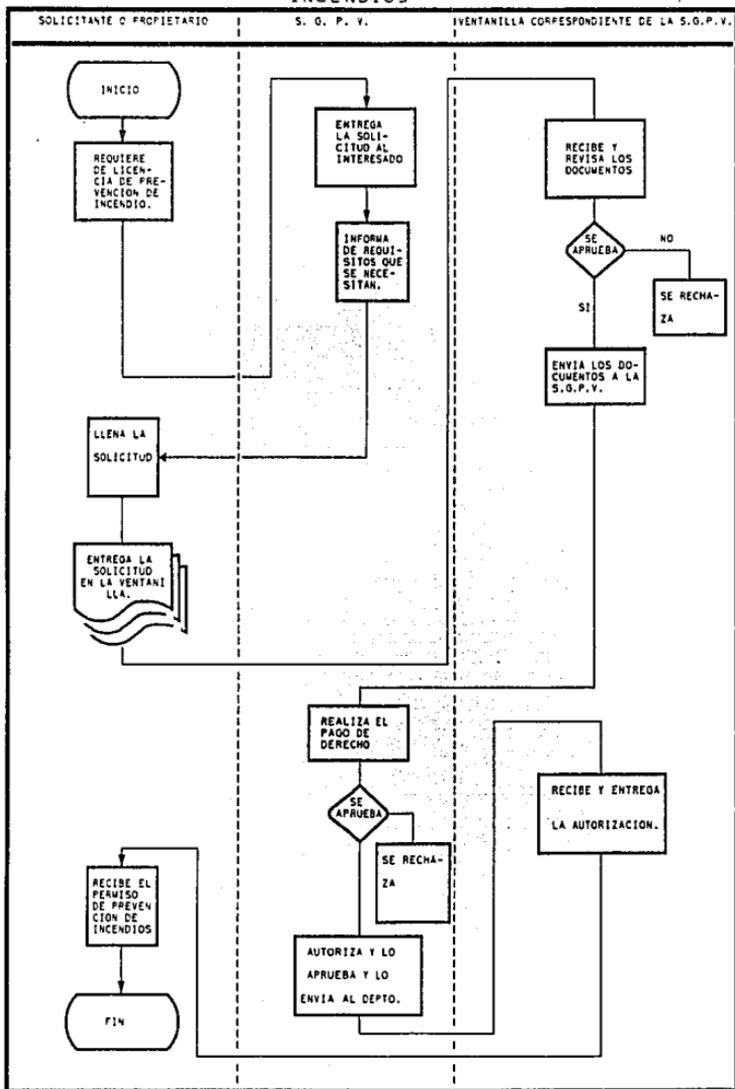
SOLICITANTE O PROPIETARIO	RECEPCION (S.S.A)	DEPARTAMENTO DE TRAMITES Y GESTIONES DE LA S.S.A
<p>1. ACUDE A LA RECEPCION DE LA S.S.A. PARA SOLICITAR INFORMES.</p> <p>4. RECIBE LA SOLICITUD Y LA LLENA</p> <p>5. ENTREGA LA SOLICITUD Y COPIA A LA RECEPCION. DEBIDAMENTE LLENADA</p> <p>8. SE ENTERA DE LA DOCUMENTACION SOLICITADA.</p> <p>9. ENVIA LOS DOCUMENTOS REQUERIDOS A LA RECEPCION.</p> <p>15. RECIBE LA LICENCIA SANITARIA.</p>	<p>2. RECIBEN AL PROPIETARIO Y OTORGA LOS INFORMES PEDIDOS</p> <p>3. OTORGA AL PROPIETARIO UNA SOLICITUD PARA REALIZAR EL TRAMITE</p> <p>6. RECIBE LA SOLICITUD Y COPIA.</p> <p>7. PIDE AL PROPIETARIO LAS COPIAS DEL ALTA DE HACIENDA, CARTA COMPROMISO, IDENTIFICACION Y CARTA PODER ( EN SU CASO)</p> <p>10. RECIBE LOS DOCUMENTOS SOLICITADOS</p> <p>11. REvisa LA SOLICITUD Y DOCUMENTOS REQUERIDOS: LOS ENVIA AL DEPTO. DE TRAMITES</p>	<p>12. RECIBE LA DOCUMENTACION Y LA ANALIZA</p> <p>13. AUTORIZA LA ENTREGA DE LA LICENCIA SANITARIA.</p> <p>14. ENTREGA AL PROPIETARIO LA LICENCIA SANITARIA.</p>



**PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS**

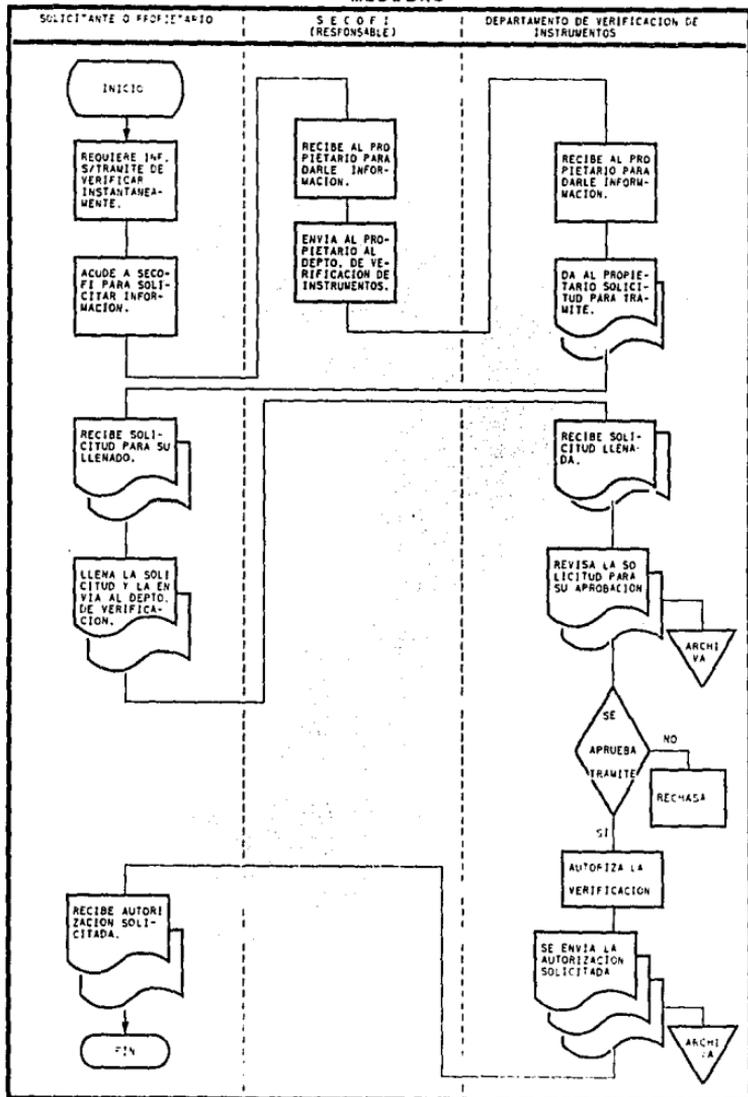
SOLICITANTE O PROPIETARIO	S . G . P . V . (RESPONSABLE)	DEPARTAMENTO CORRESPONDIENTE (PROPIO DE LA S.G.P.V.)
<p>1. SOLICITA LA LICENCIA DE PREVENCIÓN DE INCENDIO</p> <p>3. SE LLEVA LA SOLICITUD PARA LLENARLA.</p> <p>4. ENTREGA LA SOLICITUD Y PRESENTA LOS REQUISITOS SOLICITADOS EN ORIGINAL Y COPIAS EN EL DEPARTAMENTO CORRESPONDIENTE.</p>	<p>2. LE OTORGA LA SOLICITUD REQUERIDA E INFORMA LOS REQUISITOS QUE DEBE PRESENTAR EN ORIGINAL Y COPIA.</p> <p>7. ENVIA A UN INSPECTOR PARA VERIFICAR LA INFORMACION QUE EL PROPIETARIO PUSO EN SU SOLICITUD</p> <p>8. SI SON CORRECTOS LOS DATOS. DA SU AUTORIZACION Y APROBACION; SI NO SON CORRECTOS. RECHAZARA LA SOLICITUD.</p>	<p>5. LE RECIBE Y REvisa LOS DOCUMENTOS. SI NO ESTAN CORRECTOS SE LOS RECHAZA.</p> <p>6. SI ESTAN CORRECTOS. SE LOS RECIBE.</p> <p>9. ENTREGA LA LICENCIA SOLICITADA</p>

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS



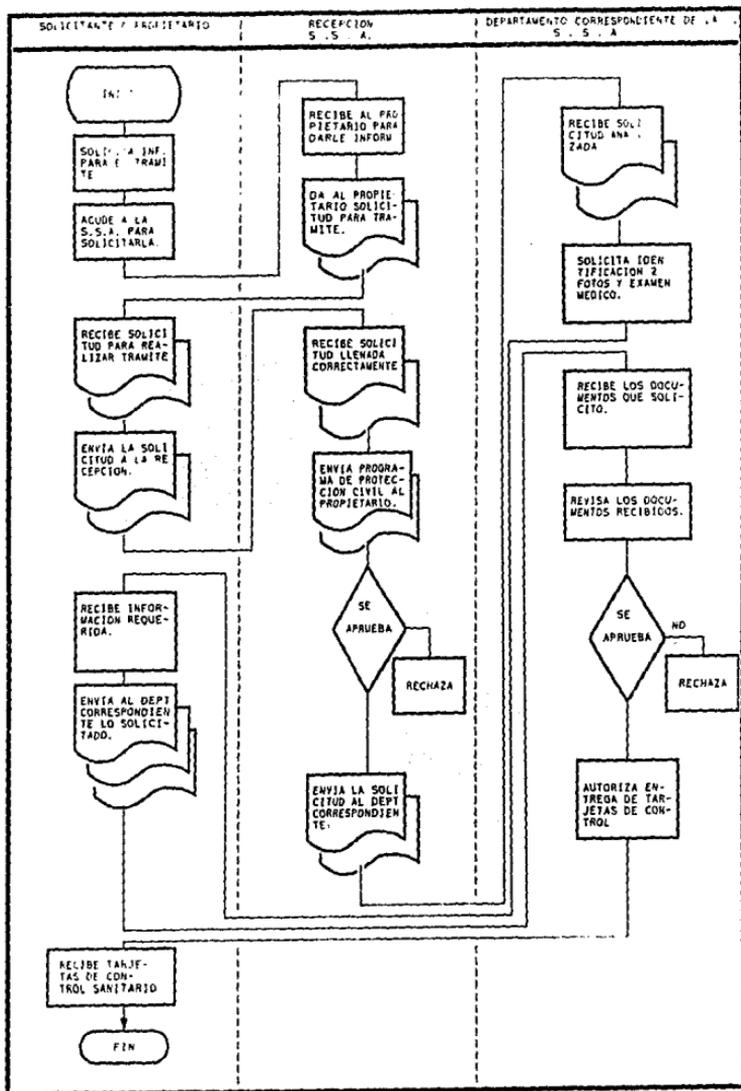


PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA VERIFICACION DE PESAS Y MEDIDAS



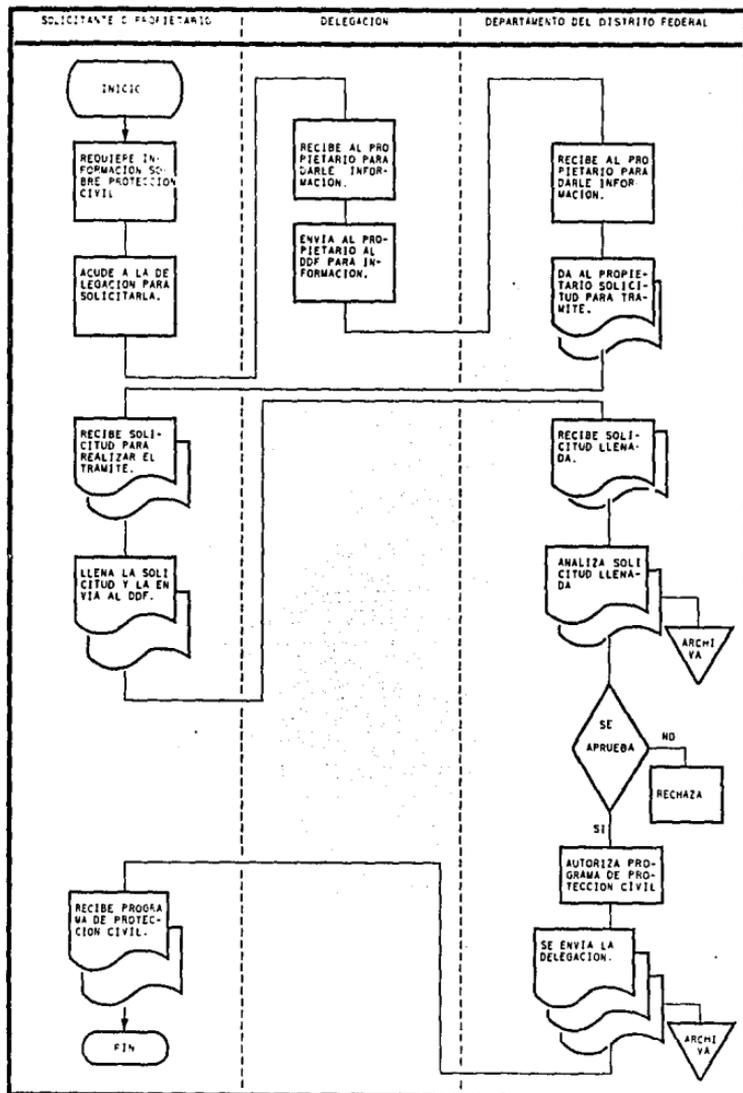


## PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LAS TARJETAS DE CONTROL SANITARIO





## PROCEDIMIENTO PARA OBTENER EL PROGRAMA DE PROTECCION CIVIL



# **CAPITULO III**

## **ASPECTO FINANCIERO**

## **ASPECTO FINANCIERO**

### **FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

Las fuentes de financiamiento son los distintos medios por los cuales una empresa puede allegarse de efectivo o bienes que se requieran para cumplir con su objetivo social.

Todas las empresas tienen necesidades diferentes de financiamiento, sin embargo, toda empresa requiere de una cantidad mínima de dinero en efectivo suficiente para mantener la regularidad de la circulación del capital, de dinero en efectivo a inventarios, de éstos a cuentas por cobrar y éstas nuevamente en dinero en efectivo lo que puede considerarse como capital de trabajo normal. Así mismo, cada empresa necesita también de una suma de capital líquido superior al capital de trabajo normal a fin de prepararse contra contingencias que surjan como consecuencia de alza de precios, depresiones económicas, huelgas, incendios, competencia inesperada o aguda, etc.

Este exceso de capital se denomina "reserva marginal" o "fondo de resistencia" de capital de trabajo.

Aparte del capital de trabajo y del fondo de resistencia una empresa puede necesitar también capital de trabajo para hacer frente a necesidades estacionales como expansión de las ventas, el capital de trabajo requerido para estos fines se llama "variable" debido a que cambia conforme al volumen de los negocios.

El capital de trabajo normal y el margen de reserva de éste, son requerimientos fijos o permanentes por lo que deben ser suministrados por los propietarios de la empresa. El capital de trabajo variable se necesita para períodos temporales por la consecuencia deberá ser suministrado por acreedores de la empresa.

Por lo tanto la Franquicia no puede permanecer ajena y olvidar las fuentes de financiamiento que tentativamente podría utilizar, éstas podrían elegirse entre las catalogadas como a corto y largo plazo en atención a la necesidad de capital ya sea también a corto y largo plazo. Para una mejor comprensión de las fuentes de financiamiento, conviene conocer en forma breve y concreta la clasificación de las mismas:

### **CUENTA ABIERTA**

Se otorga por lo general mediante "pagarés", "letras de cambio" o por el simple expediente de "carga a cuenta" el valor de la mercancía y cobrar después de determinado tiempo.

## **PAGARES**

Es una promesa de pago en virtud de lo cual, quien la suscribe se compromete a pagar cierta cantidad de dinero al tenedor del documento de una fecha futura. Para fines de negocios, casi todos los pagarés son a corto plazo y suministran fondos de emergencia o para necesidades temporales.

## **PRESTAMOS BANCARIOS**

Suelen ser de dos tipos:

- a) Con garantía es cuando el Banco exige una garantía que puede consistir en materiales o mercancías amparados por certificados de depósito en almacenes autorizados, documentos descontables, y otros valores.
- b) Sin garantía, es el que se otorga cuando el funcionario del banco, apoyado en una experiencia sólida, reputación del solicitante, confianza, etc. conviene en que el préstamo y sus intereses sean pagados al vencimiento. Normalmente, el solicitante firmará un pagaré a favor del banco.

## **EMISION DE OBLIGACIONES**

Existen con garantía específica, la cual consiste en comprometer determinados bienes y sin garantía específica, comúnmente llamados obligaciones por los cuales responden los bienes generales o el crédito del negocio. Los bonos son préstamos, por cuanto que el prestatario acepta pagar un interés fijo anual hasta su vencimiento. Los bonos son propios para financiar ampliaciones o mejoras permanentes, además, estos permiten a los propietarios actuales retener el control de la empresa.

## **REINVERSION DE UTILIDADES**

Si una empresa muestra excedentes de los ingresos sobre los egresos de un año en forma de ganancias, es posible devolver estas a la empresa para así, aumentar el activo circulante.

## **VENTAS DE ACTIVO FIJO INNECESARIO**

Se pueden vender los activos fijos poco o nada necesarios que no sean prioritarios y cuyo importe puede destinarse a cubrir necesidades financieras. Este método convierte al activo fijo en circulante y generalmente el activo total no se altera a menos de que el activo fijo se malbarate.

## **HIPOTECAS**

Si una empresa posee bienes raíces, generalmente se pueden hipotecar estos como garantía.

Una hipoteca es como una garantía de propiedad, pero sin traspasar el título de acreedor, pues en las hipotecas modernas tal estipulación es nula mientras el prestatario pague su deuda en los términos y tiempos establecidos.

## **CAPITAL INICIAL DEL FRANQUICIATARIO**

El pago inicial incluye el de publicidad y de "marketing", la capacitación y entrenamiento inicial la asistencia para la localización del punto de venta, la asistencia para el inicio de las operaciones, entre otros.

Este costo inicial denominado Franchise fee es un pago que se le hace al franquiciante para poder utilizar sus sistemas sus conocimientos y el derecho de su nombre, además del pago mensual de las regalías y publicidad, estos dos conceptos formados por un porcentaje de las ventas totales que se le paga al franquiciante para que pueda, por una parte, seguir proveyendo la asistencia técnica y derecho de usar la marca y por la otra utilizar fondos de diversos franquiciadores de los mismos bienes y servicios para poder pagar publicidad y campañas masivas de la misma.

Los costos oscilan dependiendo de la dimensión de mercados, del nombre y de los productos.

Es importante mencionar que en algunas ocasiones no existe el pago inicial o Franchise Fee y en otras este puede ser extremadamente alto.

La asistencia en la localización del punto de venta es otro factor muy importante que afecta en los costos, ya que representa una erogación considerable e investigación de zonas de confluencia, mercados, segmentos, datos demográficos, etc, además de los honorarios que son internamente los encargados de esta actividad.

Asistencia para el inicio de operaciones que conjuntamente con la localización del punto de venta significa desplazamiento de personal de la empresa a otros lugares para brindar el apoyo necesario en el inicio del negocio, esta acción es sobrellevada durante el tiempo que considere necesario el franquiciante en el establecimiento de franquiciatario.

Otro pago muy importante a considerar es lo que la competencia está cargando por este motivo, lo cual debe servir de indicador termómetro para fijar el pago inicial.

Es importante mencionar que las inversiones difieren de una franquicia a otra, todo depende de cual es el tipo de industria a negocio al que se desee invertir.

Algunos negocios incluyen en su costo inicial y Franchise Fee, el equipo, la decoración y el inventario y otros solamente el Franchise Fee y el sistema y se tiene que buscar a los proveedores de los equipos, de los aparatos y de las materias primas que se vayan a comercializar.

## INVERSIONES INICIALES DE CAPITAL DE IMPORTANTES FRANQUICIAS

### CAPITAL INICIAL (N\$)

KENTUKY FRIED CHICKEN	675,000.00
DOMINOES PIZZA	56,000.00 Y 132,000.00
ATHLETIC ATTIC, THE	117,000.00 Y 142,000.00
AAMCO	75,000.00
RENT-A-WRECK	5,000.00 Y 50,000.00
COMPREHENSIVE	25,000.00 Y 35,000.00
ACCOUNTING	25,000.00 Y 35,000.00
MCDONALD'S	300,000.00 Y 337,000.00
SUBWAY SANDWICHES	22,000.00 Y 72,000.00

Como podemos observar en estas empresas su inversión inicial es fuerte pero asimismo se puede observar a simple vista los resultados que estas han tenido y que es una magnífica forma de hacer un negocio y ésta inversión inicial puede ser un requisito que deje sin capital de trabajo a los nuevos franquiciatarios.

No hay que olvidar que estos deben financiar el arranque de su negocio mientras consiguen clientes necesarios y adecuados.

Una recomendación que se aplica es que para mantener los costos en niveles razonables, se debe de tratar de reducir el paquete de la franquicia a sus elementos esenciales; hay que cuidar la selección del equipo, del inventario, del mobiliario y de los demás activos iniciales para el éxito.

Una vez que conocemos la inversión inicial para el establecimiento de una franquicia, nos enfocaremos a otro punto de importancia que es el de saber las opciones de financiamiento.

Actualmente en México existen diversas compañías que están dispuestas a financiar una parte de la franquicia. Por una parte se encuentra NACIONAL FINANCIERA, NAFINSA, que ha desarrollado un programa especial para financiar las franquicias.

### NACIONAL FINANCIERA

Es una Institución Financiera de Desarrollo, orientada a impulsar mediante apoyos financieros y técnicos la planta productiva nacional, especialmente a los estratos de la micro, pequeña y mediana empresa; opera, para ello, siempre como banco de segundo piso.

Esto significa que Nacional financiera, apoya a través de su red de intermediación Financiera, la cual esta compuesta por:

## SERVICIOS INTEGRALES DE NACIONAL FINANCIERA

- a) Orientación e información sobre los apoyos integrales de Nacional Financiera.
- b) Oficina de intermediarios financieros especializados en micro y pequeñas empresas.
- c) Servicios integrales de apoyo de las agrupaciones empresariales
- d) Asesoría y fomento al comercio internacional.
- e) Capacitación.
- f) Asesoría en contabilidad, finanzas, informática, aspectos jurídicos, de diseño y de mercado así como de recursos humanos y de producción.
- g) Servicios de apoyo a la competitividad empresarial.
- h) Exposiciones y publicaciones.

Las empresas reciben además, asesoría de diversos intermediarios financieros incluyendo a la Banca comercial y de desarrollo, las arrendadoras financieras, las uniones de crédito, entidades de fomento, empresas de factoraje, agrupaciones empresariales, compañías afianzadoras, despachos de consultoría, firmas de ingenieros e institutos y centros de investigación.

## OBJETIVOS.

"Promover y proporcionar financiamiento a la micro y pequeña empresa a fin de procurar su desarrollo sobre la base de mejorar su productividad eficiencia e incremento de la competitividad, de la oferta de las empresas industriales, comerciales y de servicios del país que pertenecen a estos estratos".

Los sujetos del crédito serán aquellas personas legalmente constituidas como personas físicas o morales que desempeñen actividades industriales, comerciales o de servicios.

Las modalidades de apoyo serán las siguientes:

- a) Capital de trabajo, para la adquisición de materia prima o productos terminados para su comercialización, para el pago de sueldos y salarios, para otros gastos relacionados al giro del negocio.
- b) Como crédito refaccionario, para la compra o arrendamiento financiero de maquinaria, equipo y local así como para la modificación de instalaciones.
- c) Como crédito para reestructuración de pasivos con bancos y proveedores.

Cabe mencionar que el plazo y el monto del financiamiento dependerá de la constitución de la empresa y particularmente cuando emita sus estados financieros. Sin embargo en el siguiente cuadro se exponen los plazos máximos por tipo de crédito:



## TIPO DE CREDITO

a) Para el franquiciante, simple con garantía hipotecaria, garantía de Nacional Financiera u otras.

b) Para la adquisición de la franquicia, compra, remodelación o acondicionamiento del local y equipamiento, créditos simple o refaccionario con garantía prendaria de los derechos de uso de la franquicia, hipotecaria prendaria sobre el equipo, y/o aval del franquiciante.

Para Capital de trabajo, crédito simple o en cuenta corriente con garantía de los derechos de uso de la propia franquicia y las adiciones que se estimen necesarias.

La finalidad de estos créditos es impulsar el desarrollo de los sectores, atendiendo de manera integral las necesidades del comerciante, el promotor, el prestador de servicios y en general los empresarios que participan en estas actividades.

## TASAS DE INTERES Y REDESCUENTOS.

Las tasa de interés que maneja la Institución se determinaran con base en la tasa líder más una sobretasa, de acuerdo con las condiciones de mercado y el costo de sus recursos.

Para impulsar los programas de crédito se ha convenido con otras instituciones de fomento, que operan en segundo piso. Es decir que no operan directamente con el público mediante ventanillas de servicio, sino canalizan sus recursos crediticios a través de sus sucursales, como las uniones de crédito, empresas de factoraje etc.

## BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR.

**OBJETIVO.-** Fortalecer el sector exportador, promover la diversificación y la presencia de las exportaciones mexicanas de bienes y servicios, contribuir en la captación de inversión extranjera y la realización de conversiones y alianzas estratégicas entre empresas mexicanas y del exterior así como, racionalizar el uso de divisas para contribuir a la modernización del país.

### ESTRATEGIAS:

- Promover el cambio estructural por empresa
- Impulsar alianzas estratégicas
- Sustituir pasivos onerosos ampliando plazo
- Otorgar nuevas líneas revolventes de capital de trabajo
- Proporcionar asistencia técnica para elevar eficiencia y competitividad

## **UNIONES DE CREDITO DE FRANQUICIATARIOS**

Son organismos auxiliares de crédito, con personalidad jurídica propia y distinta de las de sus asociados, constituida bajo la modalidad de sociedad anónima de capital variable y cuyo objetivo es agrupar a personas físicas y morales que realicen actividades en común como es el caso de agrupar franquiciatarios.

### **FUNCIONES**

#### **ACTIVIDADES FINANCIERAS**

- 1.- Facilitar el uso de crédito a sus socios, prestando su garantía o aval.
- 2.- Recibir de sus socios, préstamos a título oneroso sujetos a los términos y condiciones sobre montos, plazos e intereses.
- 3.- Practicar con sus socios operaciones de descuento, préstamos y créditos de toda clase.
- 4.- Recibir de sus socios, depósitos de dinero, para el exclusivo objeto de servicios de caja y tesorería.

#### **ACTIVIDADES ESPECIALES.**

- 1.- Promover, organizar o administrar empresas de producción o transformación
- 2.- Comercializar los productos elaborados por sus socios.
- 3.- Por cuenta propia y orden de sus propios, puede comprar, vender o alquilar: materias primas, insumos, bienes de capital, mercancías y artículos diversos.

#### **REQUISITOS**

- 1.- Autorización de la Comisión Nacional Bancaria.
- 2.- Constituirse en forma de Sociedad Anónima de Capital Variable, de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles.
- 3.- Los socios podrán ser tanto personas físicas como morales.
- 4.- La comisión Nacional Bancaria determinará el número de socios que responde a cada unión sin que se pueda ser menor de 20.
- 5.- El capital mínimo pagado sera N\$900,00.00 deberán adicionar al momento de su constitución una suma igual al 50% del importe de dicho capital en consideración a que carecen de reserva de capital y contingencia.
- 6.- El capital mínimo, deberá estar totalmente suscrito y pagado, en consideración a que carecen de reserva de capital y contingencia.
- 7.- Ninguna persona podrá ser propietaria de más del 10% del capital pagado de una unión, ni pertenecer a dos o más uniones que correspondan a un mismo tipo.

8.- Cada grupo minoritario de accionistas que represente por lo menos el 15% del capital pagado de una sociedad, tendrá derecho a designar un consejero.

9.- El número de administradores no podrá ser inferior de (7), y actuarán constituidos en Consejo de Administración.

10.- La solicitud de autorización se acompañara de un depósito en moneda nacional, igual al 10% del capital mínimo exigido.

11.- Se pagarán derechos por el estudio y trámite de la autorización para operar una unión de crédito: 3% del capital social mínimo vigente.

#### **TRAMITES PARA OBTENER LA AUTORIZACION DE LA COMISION NACIONAL BANCARIA.**

1.- Proyecto de escritura constitutiva, y

2.- Proyecto de viabilidad económico - financiera:

a) Carta solicitud de autorización

b) Original del certificado de depósito

c) Original del pago de derechos

d) Carta poder

e) Carta de intención bancaria

#### **PROYECTO DE VIALIDAD ECONOMICO - FINANCIERA**

a) Datos generales de la unión

b) Información aserca de los socios

c) Inversiones fijas y gastos de operación

d) Programa general de trabajo

e) Estructura contable y financiera

f) Administración

g) Esquema básico de organización administrativa

#### **MARCO LEGAL**

1° CONSTITUCION

**LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES**

2° OPERACION

## **LEY GENERAL DE ORGANIZACION Y ACTIVIDADES AUXILIARES DEL CREDITO**

### **3° CAPITAL MINIMO DE UNIONES DE CREDITO**

Diario Oficial de la Federación 26 de marzo de 1992

#### **RIESGOS**

- 1.- Deficiente planeación
- 2.- Promoción inadecuada de sus operaciones
- 3.- Insuficiencia de Capital
- 4.- Desviación de sus operaciones a fines ajenos
- 5.- Abandono o desintereses de los socios
- 6.- Desconocimiento de los objetivos
- 7.- Deficiente administración

#### **ETAPAS PARA OBTENER LA AUTORIZACION**

- Promoción
- Formalización
- Recopilación
- Elaboración de los proyectos
- Constitución formal de la sociedad
- Inscripción en el Registro Público de Comercio
- Operaciones de la Unión
- Trámites de autorización de la Comisión Nacional Bancaria

## SERVICIO INTEGRAL PARA FRANQUICIAS "BANCOMER"

BANCOMER apoya con recursos y servicios financieros para el desarrollo, comercialización y consolidación definitiva de la franquicia.

Este servicio atiende en forma integral las necesidades de expansión de los negocios de franquicias mediante un área especializada y con el respaldo del grupo financiero BANCOMER.

\* Asesorías por medio de la Gerencia del mercado de franquicias, que atiende todas las necesidades e inquietudes de este mercado en lo general, y de cada negocio en lo particular.

\* Financiamiento mediante esquema especialmente diseñados en cuanto a montos, plazos, tasas, garantías y, principalmente, en cuanto a las fórmulas de aprobación.

\* Arrendamiento para maquinaria y equipo con objeto de disminuir las necesidades iniciales de capital.

\* Fianzas para garantizar el cumplimiento de las obligaciones del contrato de franquicia.

\* Seguros para cubrir los riesgos a los que está expuesta la franquicia

\* Almacenadora para importación y almacenaje de equipo y materias primas requeridas durante la operación.

\* Diseña atractivos paquetes que apoyan la comercialización de la franquicia con servicios financieros para sus prospectos, que se otorgan mediante esquemas especialmente diseñados para la franquicia.

\* Fianzas para garantizar el cumplimiento de las obligaciones del contrato de franquicia.

\* Seguros para cubrir los riesgos a los que está expuesta la franquicia.

\* Servicios de:

- Participación Accionaria
- Banca Electrónica
- Factoraje

## SERVICIO PARA EL DESARROLLO DE LA FRANQUICIA BANCOMER

El servicio Integral bancomer orienta en el desarrollo de la franquicia y diseña un plan financiero para la realización de diversos estudios necesarios, tales como:

- Estudios de factibilidad
- Plan de negocios

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- Programas
- Manuales de capacitación
- etc.

## **SERVICIOS PARA LA COMERCIALIZACION O ADQUISICION DE UNA FRANQUICIA.**

El Servicio integral Bancomer atiende las necesidades tanto del franquiciante como del franquiciatario, por un lado, al franquiciante para la expansión dinámica de su franquicia, le ayuda en la búsqueda de prospectos interesados en invertir.

El franquiciatario o prospecto también es atendido en forma integral, ágil y eficiente, ya que se le brinda:

- Asesoría sobre los aspectos más importantes a considerar en la selección de su franquicia, así como de los servicios financieros, para que elija el plan más adecuado a sus requerimientos.

## **SERVICIOS PARA EL CRECIMIENTO DE LA FRANQUICIA**

Bancomer diseña el plan de servicios financieros que mejor se adecuó a las necesidades; para incrementar la eficiencia y competitividad de su franquicia, entre otros con:

\* Apoyos financieros para modernización de su infraestructura, para que atienda y controle a sus franquiciatarios en forma óptima.

\* Participación Accionaria de Bancomer para reforzar la estructura financiera de la franquicia.

\* Servicios de Banca Electrónica para realizar desde la comodidad de las oficinas: traspasos, ordenes de pagos, pagos a terceros, control de cobranzas de sus franquiciatarios, etc.

## **PERFIL FINANCIERO DEL FRANQUICIATARIO EN MEXICO**

La mayoría de las empresas franquiciantes en México han optado por no tener un perfil financiero definido para la elección de sus franquiciatarios, sino ser un poco accesibles e ir seleccionando individualmente a cada prospecto, los anterior ha surgido como consecuencia de una problemática muy general.

La gente que normalmente reúne la capacidad de poder pagar la cuota de franquicia, realizar la inversión inicial y contar con el capital de trabajo, es gente que en nuestro país por lo general invierte su tiempo en otras actividades, siendo que en las empresas que operan bajo el sistema de franquicias lo que se busca principalmente es que todos trabajen.

## **PUNTOS DEL PERFIL DEL FRANQUICIATARIO:**

- Análisis de la capacidad financiera del posible franquiciatario ( liquidez, propiedades, etc.).
- Evaluación de su historia en los negocios y su experiencia laboral ya que ésta es un factor muy importante al igual que las relaciones laborales.

- Estudio y evaluación para determinar la potencialidad y viabilidad del franquiciatario, con el fin de definir las probabilidades de éxito de esta unidad.

Como lo anterior indica, el proceso que se va llevando con el posible franquiciatario le muestra que no está solo y asimismo se van conociendo tanto franquiciante como el franquiciatario.

- Situaciones personales ( Datos Generales, etc.).
- Opinión y apoyo de la familia.
- Cuál es el interés del franquiciatario hacia la franquicia, principalmente detectar si la está buscando por el negocio en sí o si está tomando como inversión.
- Conocimientos generales por parte de los posibles franquiciatarios de la franquicia a adquirir.
- Formas de operar el negocio.
- Referencias: Bancarias, Comerciales y Personales.
- Actitudes y Aptitudes del franquiciatario y sus relaciones con la de su comunidad ( para el caso de Franquicias Regionales).
- Capacidad financiera, definiendola por el concepto de Franquicia Regional, Individual, de Desarrollo o Franquicia Maestra.

Es importante que se le aclare a cualquier posible franquiciatario el capital total para el costo de la franquicia, la inversión, el monto de regalías.

Asimismo es importante que el franquiciatario tenga muy claro cuando se va a alcanzar el punto de equilibrio, ya que mientras no se llegue a éste, el franquiciatario tendrá que seguir desembolsando dinero.

Una evolución realista del costo total permitirá que el franquiciatario sepa cuanto dinero va a necesitar para pagar sus compromisos de inventarios, etc.

La determinación de la inversión inicial requiere un análisis cuidadoso de los costos inherentes al negocio, así como relativos a la unidad franquiciada.

La mayoría de los franquiciantes se fijan mucho en quién va a ser el franquiciatario e inclusive se fijan más en la solvencia moral que en la económica, ya que de ahí depende una gran parte del éxito del negocio.

# **CAPITULO IV**

**ASPECTO ADMINISTRATIVO DE LAS FRANQUICIAS**

## **ASPECTO ADMINISTRATIVO DE LAS FRANQUICIAS**

La franquicia como todo ente económico cuenta con un proceso administrativo el cual tiene la finalidad de cumplir con los objetivos de la misma.

Por lo tanto el proceso administrativo es el conjunto de pasos o etapas sucesivas y necesarias para llevar a cabo una actividad.

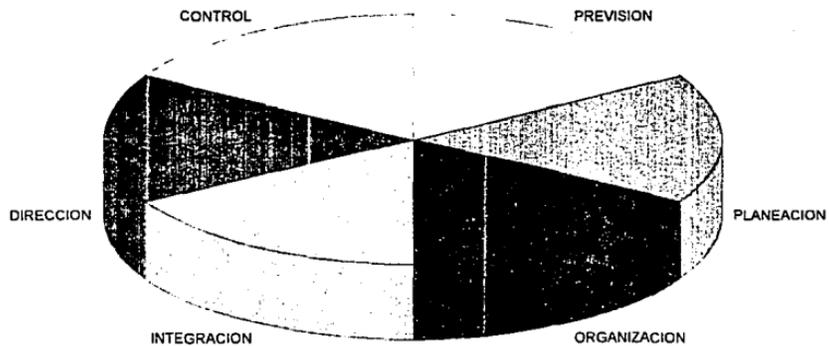
Asimismo es la actividad que "coordinando" el esfuerzo de un negocio busca el logro de objetivos con la mayor eficiencia al menor costo.

Derivado de lo anterior se dice que el proceso administrativo es la secuencia a seguir en el establecimiento de la administración de una entidad.

## **CUADRO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO**

Este cuadro explica en forma grafica lo que es el proceso administrativo dentro de una organización, dando a entender que todas sus etapas son igual en importancia.

## PROCESO ADMINISTRATIVO



**I.- PREVISION.-** Es el elemento de la administración en el que, con base en las condiciones futuras en que una empresa habrá de encontrarse, reveladas por una investigación técnica, se determinan los principales cursos de acción que nos permitirán realizar los objetivos de esa misma empresa.

**II.- PLANEACION.-** Selección de una alternativa de entre varias, señalando políticas y programas, para cumplir con los objetivos del organismo, requiriendo de un análisis cuidadoso del pasado y del presente, así como la previsión técnica (Presupuestos) del futuro.

**III.- ORGANIZACION.-** Agrupación de las actividades que ayuden al logro de los objetivos, señalando las responsabilidades y ejercicio de la autoridad.

**IV.- INTEGRACION.-** Conjuntar a la organización de los recursos humanos, técnicos, financieros y materiales necesarios.

**V.- DIRECCION.-** Lograr que se lleven a cabo las actividades por medio de la supervisión, liderazgo y el establecimiento de los canales de comunicación.

**VI.- CONTROL.-** Actividad por medio de la cual el que administra se asegura que todo se lleve a cabo conforme a lo planeado a través del establecimiento de estándares a lograr, la comparación de lo logrado con lo planeado y la corrección de las desviaciones.

El aspecto administrativo de la franquicia desde el punto franquiciatario se inicia en la redacción de las especificaciones del negocio y de los manuales operativos. Esta información es elemental pero crítica que debe de proporcionarse a los franquiciatarios es una especificación detallada de la operación de su negocio y un manual operativo.

La mayoría de los franquiciatarios no tienen experiencia previa en el negocio que van a adquirir ya que son aficionados novatos, ya que necesitan todas las hojas de instrucción necesarias, un planteamiento de todos los pormenores del negocio, en los que se describa como recibir, atender, almacenar y preparar los productos; como contratar motivar y manejar a los empleados, como promover, desarrollar y anunciar el negocio y como atender todos los aspectos básicos del negocio.

## MANUAL DE OPERACIONES

El proceso inicia en que existen algunos requisitos básicos en todo manual de operaciones en el cual se describen cinco aspectos importantes que el franquiciatario debe de tomar en cuenta para analizar el manual que le va a entregar el franquiciante y estos son:

**1.- INTRODUCCION.-** Su introducción puede servir para reiterar su compromiso con el franquiciatario, con el negocio y con los consumidores, no debe de faltar una breve declaración de las metas, los objetivos y las filosofías de la compañía y utilicela como trampolín hacia temas más complicados y tangibles sobre la operación y la administración de una unidad franquiciada.

**2.- ANALISIS OPERACIONALES.-** Todo manual necesita un planteamiento práctico sobre como manejar el negocio, si se trata de un negocio orientado a las visitas de venta se debe de especificar a los franquiciatarios como se generan los programas de entrevistas y cerrar los tratos, si se trata de una tienda de ventas al por menor, debe de especificarse, como recibir y atender a los clientes, exhibir las mercancías y manejar los inventarios. Nos encontramos que algunos manuales de operación llevan a franquiciatarios a través de un día normal de actividades por ejemplo, las directrices empiezan señalando al dueño que debe llegar a las 8:00 A. M., abrir el negocio, dejar N\$ 500.00 en cambio y billetes de baja denominación en caja registradora y encender los equipos de oficina.

Los manuales describen las operaciones de la mañana, uno de los tantos manuales de operación dice: "los empleados deben llegar a las 8:30 A. M., de 9:00 A. M. a 10:00 A. M. su obligación principal consiste en verificar el inventario y en poner las disposiciones del día. Al mismo tiempo, el franquiciatario debe llamar a los clientes del día anterior para confirmar de que hayan recibido sus pedidos, también se detalla en el programa para el resto del día; "las visitas de ventas deben llevarse a cabo al principio de la tarde, después de lo cual se atienden las quejas y los pedidos especiales de los clientes". Por último como se explican las tareas del cierre del negocio y se define la hora de salida.

**3.- SERVICIO AL CLIENTE.-** Vivimos en la edad del consumidor y, para llegar a triunfar los empresarios deben prepararse para satisfacer con diligencia y cuidando las necesidades y deseos, las esperanzas y las expectativas del mercado. Un manual de operaciones eficaz explica la importancia para el éxito general de la empresa se conciderá un ejemplo de como empieza el manual de una de las principales compañías franquiciadoras:

"Los clientes son la base más importante, y como franquiciatario su responsabilidad principal radica mantener las mejores relaciones posibles con sus clientes, si todos los empleados muestran siempre una entusiasta preocupación para que el cliente disfrute del producto en un entorno confortable y limpio nuestro éxito mutuo será inevitable."

Las ventas también son clave para relaciones con los clientes y un manual operativo de buena calidad debe de linear los puntos claves del arte de vender. "Normalmente las decisiones de compra no se basan en una idea, sino en la persona que logra vender esa idea con eficacia".

Los franquiciatarios deben aprender a tratar a los clientes en toda una serie de situaciones específicas, desde como contestar el teléfono hasta como tranquilizarlos si están enojados. Por ejemplo muchas franquicias de servicios se niegan a dar precios por teléfono, argumentando que ningún trabajo puede presupuestarse como debe ser sin antes efectuar un análisis conociendo el trabajo por realizar. Pero ¿Cómo explicar por teléfono esta política a un cliente potencial a quien la competencia acaba de ofrecer su presupuesto como franquiciador se deben establecer lineamientos y procedimientos que los franquiciatarios puedan utilizar en sus relaciones con sus clientes. Los franquiciatarios deben seguir con unas políticas tan simples como un guión escrito, otras políticas implican establecer filosofías corporativas que plantean directamente el papel integral que el consumidor desempeña en cualquier negocio.

**4.- ADMINISTRACION DE PERSONAL.-** Uno de los problemas más difíciles para los franquiciatarios que empiecen a conocer la franquicia, es el de la administración de personal como quizás antiguos empleados, como poca idea tienen de la frustración, tribulación y satisfacción que implica ser el jefe y tener subordinados que trabajen para ellos por lo tanto, la sección de todo manual de operaciones bien redactado menciona a lo que se refiere a personal, por lo consiguiente es importante para el franquiciatario que al revisar y analizar el manual de operaciones centren su atención o se realicen un examen detallado y completo de temas como

**a) Descripciones de puestos.-** Las funciones que deben de llevarse a cabo al ordenar el negocio franquiciado.

**b) Contrataciones.-** Donde encontrar empleados calificados.

**c) Entrevistas.-** Como determinar si el aspirante a un puesto satisface los requerimientos del mismo.

**d) Capacitación.-** Como operar a los empleados que reciben ingreso para que trabajen con efectividad

- e) Motivación.-** Como infundir entusiasmo y dedicación a la fuerza de trabajo.
- f) Liderazgo.-** Como encausar a los empleados para que operen el negocio con eficiencia y efectividad.
- g) Revisión del desempeño.-** Como evaluar las actitudes y los talentos de los empleados
- h) Administración continua.-** Como conservar los buenos empleados y deshacerse de los malos.

Desde el aspecto franquiciatario se debe considerar también que existen políticas importantes que definen sobre la forma de vestirse y arreglarse, los descuentos a los empleados, los tiempos de descanso, las variaciones, el comportamiento, las faltas por enfermedad y las llegadas tarde, para que los franquiciatarios puedan aplicarlos apropiadamente.

Esto permite al franquiciatario estar preparado para enfrentar cualquier rotación de personal, algo que es constante entre los cocineros, meseros y otros puestos con salario mínimo, pero permite también tener una idea precisa de lo que hay en el mercado por si necesita mejorar su propia fuerza laboral. En conjunto estos aspectos nos muestran los puntos importantes en los cuales un franquiciatario podría considerar un efectivo manual de operaciones.

Una parte importante para el franquiciatario es la capacitación pero este a su vez es un tema complicado ya que para la franquicia se tiene que considerar un programa de capacitación en el cual se encuentra efectividad.

Lo cual significa que los franquiciatarios deben recibir los conocimientos de una licenciatura de administración de empresas y es recomendable examinar bien a las personas antes y después de que hayan tomado los cursos de capacitación para comprobar el grado de alcance en el dominio del negocio.

Se consideran que para la capacitación de los empleados dentro de un programa existen cuatro pasos importantes que son:

- **Introducción.-** Consiste en dar a los nuevos empleados una idea general de sus trabajos entorno a su actividad laboral, incluye un recorrido por las instalaciones del negocio y una breve descripción de las políticas de los procedimientos generales de la compañía.
- **Demostración.-** Aquí el instructor muestra paso a paso, en que consiste el trabajo, nada debe darse por hecho y las demostraciones deben repetirse hasta que el nuevo empleado comprenda el procedimiento.

- **Desempeño.**- Ahora toca el turno al empleado de llevar a cabo la tarea bajo la supervisión directa del instructor quien ofrece retroalimentación inmediata hasta que la operación se realice como debe ser, entonces el empleado debe repetir la operación pero más aprisa.

- **Seguimiento.**- El instructor continua observando el desempeño de los nuevos empleados, haciendo preguntas sobre sus conocimientos y brindándoles el reconocimiento apropiado en su caso de que su desempeño sea aceptado.

## 5.- Sistema Operativo

a) Es el programa de entrenamiento mediante el cual se adiestra y prepara a los adquirientes a manejar eficientemente y eficazmente el negocio.

b) Es el programa de ayuda a relacionar el mejor lugar para desarrollar el negocio.

c) Es el manual integral del negocio, que debe incluir:

- Publicidad y Promoción
- Apertura
- Actualización de libros
- Contabilidad y reportes
- Compras e inventarios
- Mercadotecnia y ventas
- Procedimientos de operación diarios
- Limpieza y mantenimiento
- Políticas de empleados y procedimientos
- Introducción técnica

d) Es la logística completa de proveeduría de material publicitario, menús, decoración, etc.

e) Es el apoyo para la adquisición del mobiliario, equipo, inventarios a un precio competitivo.

Por lo anterior el sistema operativo se representa por manuales y abarca desde la contabilidad hasta la supervisión.

El franquiciatario debe adquirir el manual del franquiciante por el término en que el convenio exista. Si el convenio expira o se termina por alguna razón debe regresar dichos manuales, y no podrá utilizarlos en ningún negocio, así se mantiene la confidencialidad del sistema y del como hacer que el negocio progrese.

## **PUBLICIDAD**

### **CONCEPTO**

Establecimiento de las responsables y atribuciones de cada una de las partes en lo referente a publicidad de la marca, productos y servicios; así como las políticas generales de promoción a nivel local, regional y nacional.

### **OBJETIVO**

Dentro de la publicidad se manejan varios objetivos en forma directa o indirecta ya que tiene como finalidad ayudar a la venta de un producto, los objetivos son los que se enumeran a continuación:

- 1.- Ayudar a la venta de un producto.
- 2.- Ayudar a un programa de relaciones públicas de la empresa
- 3.- Hacer saber al público cualquier información relacionada con la empresa, sus artículos o sus servicios.
- 4.- Combatir la competencia.
- 5.- Ayudar a una promoción de ventas.
- 6.- Asegurar el uso correcto de un artículo.
- 7.- Crear ciertas ideas o actitudes respecto al producto o servicio.
- 8.- Lanzar un nuevo producto al mercado.

### **MEDIOS QUE SE UTILIZAN EN LA PUBLICIDAD**

- a) Mensajes en periódicos y revistas.
- b) Tableros y carteles.
- c) Mensajes en la radio y televisión.
- d) Películas realizadas con fines publicitarios.
- e) Objetos novedosos que incluyan mensajes publicitarios u ostente el nombre del negocio

### **FORMAS DE LLEVAR A CABO LA PUBLICIDAD**

Dentro de las franquicias existen dos formas para llevar a cabo un campaña publicitaria en la cual el franquiciante es el especialista en promover toda la

publicidad al franquiciario, con el fin de tener un mayor grado de planeación y control.

Este punto es muy aceptable en el manejo de las franquicias que representa una gran ventaja; ya que el franquiciario recibe la oportunidad de utilizar los derechos del franquiciante con el poder de compra; con el poder de negocio y publicidad compartida. Es importante mencionar que muchos otorgantes proveen publicidad constante, ayuda en asistencia técnica y asesoría.

Con el crecimiento en el número de los franquiciarios, los costos de publicidad decrecen y el poder de negociación se incrementa. En muchas ocasiones los franquiciarios que están juntos en una misma zona pueden compartir publicidad regional entre ellos y así reducir sus costos.

### **FUNCIONES QUE DESEMPEÑA LA PUBLICIDAD**

La publicidad en particular desempeña una función de vital importancia, debido a que por medio de ella se da a conocer al mercado la existencia del producto o servicio que se ofrece en venta.

Las franquicias tienen la obligación de mantener la publicidad en los niveles mínimos aceptables por un mercado, con el fin de garantizar las ventas de sus franquicias matrices.

Es justamente por la publicidad que los franquiciarios pagan un porcentaje en forma mensual para cooperar con ella, la publicidad es para lograr que el éxito del negocio se garantice.

La publicidad es coordinada, por las empresas franquiciantes que han decidido franquiciar su negocio, estas a veces, delegan la responsabilidad ante empresas de franquicias master, esto es a empresas que han delegado la oportunidad de que ellos revendan las franquicias de una determinada comunidad y en un territorio determinado de un país.

### **CUALIDADES DE LA FRANQUICIA PARA OTORGAR PUBLICIDAD**

- 1.- Calidad del producto.
- 2.- Precios adecuados y justos.
- 3.- Garantías y servicios adecuados.
- 4.- Entrega oportuna del producto.
- 5.- Crédito suficiente.
- 6.- Vendedores aptos.

## MERCADOTECNIA

Se encarga del estudio de todas las técnicas y actividades que permitan conocer el satisfactor que se debe producir y que sea costeable y la forma de hacer llegar ese satisfactor en forma eficiente al consumidor.

## INVESTIGACION DE MERCADOS

Es la recolección tabulación y análisis sistemático de información referente a la actividad de mercadotecnia, que se hace con el propósito de ayudar al ejecutivo a tomar decisiones.

### Investigación de mercados que se pueden realizar:

- 1.- Para conocer que producto debe manejar.
- 2.- Características del producto o servicio.
- 3.- Uso que el consumidor hace del producto o servicio.
- 4.- El mejor sistema de ventas que se puede llevar.
- 5.- El mejor canal de distribución que se puede elegir.
- 6.- Calidad del producto de la competencia.
- 7.- El mejor servicio que se puede ofrecer.
- 8.- La mejor garantía.
- 9.- Publicidad más adecuada.
- 10.- Establecer programas.
- 11.- Asegurarse que los sistemas, procedimientos y programas que se tienen en la empresa sean los más adecuados.

### Fases cronológicas para la realización de una investigación de mercado:

- a) Definición de objetivo.
- b) Establecer un presupuesto.
- c) Fijación del tiempo en que se va a realizar la investigación.
- d) Preparar cuestionarios.
- e) Llevar a cabo una explotación de los aspectos más importantes.
- f) Determinar las fuentes de información.
- g) Reclutar, seleccionar, introducir y desarrollar a las personas que realizarán la investigación.
- h) Realizar un análisis estadístico de los resultados.
- i) Presentación del informe con las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

## **FUNCION QUE DESEMPEÑA LA MERCADOTECNICA EN LAS FRANQUICIAS**

La mercadotecnia es parte de los estudios que se deben realizar antes de iniciar un negocio ya que esta no sólo implica la publicidad o los conceptos de la misma; sino los estudios y desarrollo del mercado.

**Estudio de mercado y comercialización.-** Se desarrollará la cuantificación de la oferta y la demanda con el fin de conocer su relación y poder así determinar las posibilidades cualitativas como cuantitativas de la franquicia.

# **CAPITULO V**

**ASPECTO CONTABLE DE LAS FRANQUICIAS**

## CONTABILIDAD DE FRANQUICIAS

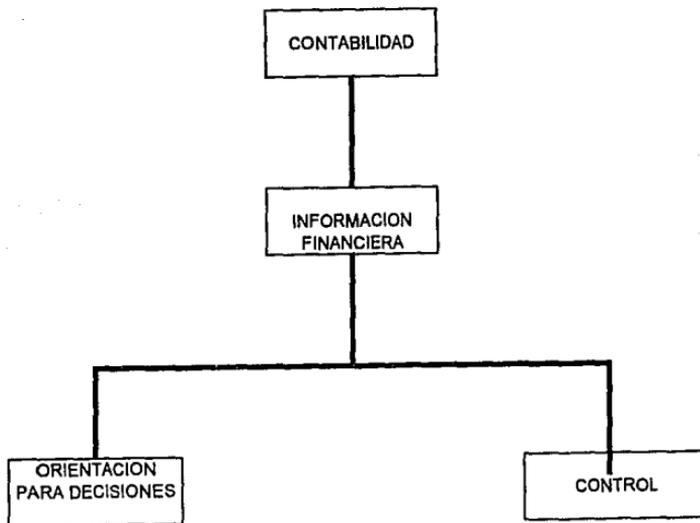
### MARCO GENERAL

#### CONCEPTO

La contabilidad es la rama de la contaduría que sistematiza, valúa, procesa, evalúa e informa sobre transacciones financieras que celebran las entidades económicas que son en las cuales se centra la franquicia.

#### OBJETIVOS

El objetivo primordial de la contabilidad es la obtención de información financiera veraz y oportuna para la toma de decisiones, para así vigilar los recursos de la entidad económica.



Asimismo es importante mencionar que la información financiera nos es útil, siempre y cuando el contenido informativo que se proporcione sea significativo, relevante, veraz, comparable y oportuno

## **PROCESO CONTABLE EN LA CONTABILIDAD DE LAS FRANQUICIAS**

Se llevará igual que la contabilidad de un ente económico, siendo sus etapas las siguientes:

**SISTEMATIZACION.-** Es la fase del proceso contable que establece el sistema de información financiera.

**EVALUACION.-** Se encarga de cuantificar unidades monetarias de los recursos y obligaciones al celebrarse una transacción financiera.

**PROCESAMIENTO.-** Se encarga de la elaboración de los Estados financieros.

**INFORMACION.-** Es la que comunica la información financiera obtenida.

## **PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS APLICADOS A LAS FRANQUICIAS.**

Los **PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS** para las franquicias son los mismo que utilizan las entidades económicas de este país, ya que establecen las bases para identificar y delimitar a las entidades económicas, evaluación de sus operaciones y presentar la información financiera resultante.

**PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS, POR EL INSTITUTO DE CONTADORES PUBLICOS.**

Los principios de contabilidad que identifican y delimitan al ente económico y a sus aspectos financieros son

**1.- ENTIDAD.-** La actividad económica es realizada por identidades identificables las que constituyen combinaciones de recursos humanos, recursos naturales y capital, coordinados por una autoridad, que toma decisiones encaminadas a la consecución de los fines de entidad.

**2.- REALIZACION.-** La contabilidad cuantifica en términos monetarios las operaciones que realiza una entidad con otros participantes en la actividad económica y ciertos eventos que le afectan.

**3.- PERIODO CONTABLE.-** La necesidad de conocer los resultados de operación la situación financiera de la entidad, que tiene una existencia continua, obliga a dividir su vida en periodos convencionales, es importante hacer mención que cualquier información contable debe indicar al período a que se refiere.

Los principios de contabilidad que establecen la base para cuantificar las operaciones del ente económico y su presentación son:

**4.- VALOR HISTORICO ORIGINAL.-** Las transacciones y eventos económicos que la contabilidad cuantifica se registran según las cantidades de efectivo que se afecten o su equivalente o la estimación razonable que de ello se haga al momento en que se consideren realizados contablemente.

**5.- NEGOCIO EN MARCHA.-** La entidad se presume en existencia permanente, salvo especificación en contrario, por lo que la cifra de sus estados financieros representan valores históricos o modificaciones de ellos, sistemáticamente obtenidos.

Cuando las cifras representen valores estimados de liquidación, esto deberá especificarse claramente y solamente serán aceptables para información general cuando la entidad este en liquidación.

**6.- DUALIDAD ECONÓMICA.-** Esta integrada por:

- a) Los recursos de los que dispone la entidad para la realización de sus fines y,
- b) Las fuentes de dichos recursos, que a su vez, son la especificación de los derechos que sobre los mismos existen considerados en su conjunto.

La doble dimensión de la representación contable de la entidad es fundamental para una adecuada comprensión que se estructura y relación con otras entidades.

El principio que se refiere a la información es el de:

**7.- REVELACIÓN SUFICIENTE.-** La información contable presentada en los estados financieros debe contener en forma clara y comprensible todo lo necesario para juzgar los resultados de operación y la situación financiera de la entidad.

Los principios que abarcan las clasificaciones anteriores como requisitos generales del sistema son:

**8.- IMPORTANCIA RELATIVA.-** La información que aparece en los estados financieros debe mostrar los aspectos importantes de la entidad susceptibles de ser cuantificados en términos monetarios. Tanto para efecto de los datos que entra al sistema de información contable tanto como para la información resultante de su operación, se debe equilibrar el detalle y multiplicidad de los datos con los requisitos de utilidad y finalidad de la información .

**9.- CONSISTENCIA.-** Los usos de la información contable requieren que se siga procedimientos de cuantificación que permanezcan con el tiempo.

La información contable debe ser obtenida mediante la aplicación de los mismos principios y reglas particulares de cuantificación para, mediante la comparación de los estados financieros de la entidad, conocer su evolución y mediante la comparación con estados de otras entidades económicas, conocer su posición relativa.

La importancia de los registros y procedimientos contables radica en facilitar la política administrativa.

La contabilidad entonces es un apoyo a la administración para la toma de decisiones para así elevar la eficiencia de los objetivos de la organización.

Se considera que la contabilidad como una herramienta de la administración ya que es parte indispensable de la administración, siendo un hecho que no puede dejar de existir en una franquicia y a su vez toda franquicia que requiera sobrevivir a la competencia tendrá y sentirá la necesidad de llevar registros adecuados, controles administrativos eficaces, presupuesto y una auditoría independiente que conduzca al dictamen con el franquiciatario, es una causante de impuesto a la renta, también se requerirá de ayuda contable para elaborar planes que reduzcan sus impuestos y para determinar las regalías, así como asegurar sus declaraciones.

La contabilidad desempeña todas estas actividades mediante el análisis adecuado de los elementos del problema así como también copilar los datos necesarios y que ayuden a la contabilidad de la franquicia sea de una manera eficaz para solucionar cualquier problema.

## **SISTEMAS CONTABLES**

Los sistemas contables en las franquicias son el "conjunto de reglas, de principios, de mecanismos, de cuentas, de procedimientos, de libros y de registros de contabilidad, enlazados y relacionados de tal manera entre sí, que permiten analizar, comprobar, asentar y resumir las operaciones practicadas, con el mínimo esfuerzo y el máximo de precisión.

La existencia de un sistema de contabilidad radica en su importancia para el buen funcionamiento de la franquicia, ya que la base principal de la información financiera la forma un adecuado sistema contable que sirve para marcar el rumbo a seguir al tomar decisiones en el momento justo y en forma adecuada teniéndose la certeza de como marcha el negocio.

## **CUADRO SINOPTICO DE LA TOMA DE DECISIONES A PARTIR DE LA INFORMACION PROPORCIONADA POR UN SISTEMA DE CONTABILIDAD.**

Este cuadro indica los pasos importantes para la toma de decisiones que es uno de los objetivos básicos para todo sistema contable, especialmente el de las franquicias ya que la inversión es muy alta.

UN ADECUADO  
SISTEMA CONTABLE

—

INFORMES  
CONTABLES

|

DECISION

—

INFORMAR DE LOS  
RESULTADOS

Al elaborar un catálogo de cuentas, se debe contemplar el giro propio del negocio, así como el potencial de sus operaciones, de esta forma existe la posibilidad de incrementar las cuentas según las necesidades.

Esta lista de cuentas debe complementarse con su instructivo de manejo de los conceptos de activo, pasivo, capital, resultados y cuentas de orden.

## **INFORMES**

Los informes fuentes comprende:

- a) El reporte de evaluación.
- b) La opinión profesional
- c) Los presupuestos
- d) Los análisis de ventas
- e) Los cuadros estadísticos

## **INSTALACION DEL SISTEMA**

Es importante señalar que al instalar el sistema se debe contar con la coordinación de todas y cada una de las áreas del negocio, así como con el convencimiento de los responsables de generar la información, respecto de la importancia de su labor, en el sentido de depurar dicha información antes de pasarla a los encargados de concertarla, a fin de que la misma llegue ya depurada a manos de quienes toman decisiones.

Para instalar un sistema es necesario contar con los siguientes elementos:

- La aprobación del sistema diseñado
- La adquisición de los recursos humanos y materiales.
- La capacidad del personal
- El control del propio sistema mediante retroalimentación.

Un sistema contable es "Un medio para recolectar, sumarizar, analizar y presentar en signos monetarios, información relativa al negocio.

El sistema contable como sinónimo de sistema de información es bueno cuando logra:

- Procesamiento eficiente de la información.
- Obtención oportuna de informes.
- Aseguramiento de un alto grado de exactitud.
- Minimizar la posibilidad de fraudes, robos y datos falsos.

## **I. DESCRIPCION DE LA GRAFICA DEL SISTEMA CONTABLE**

### **COMPONENTES:**

1.- Elementos del sistema contable

#### **a) Pólizas**

- 1.- Pólizas de Ingresos
- 2.- Pólizas de Egresos
- 3.- Pólizas de diarios

#### **b) Libros y Registros**

- 1.- Libro Diario General
- 2.- Libro Mayor
- 3.- Libro de Inventarios y Balances
- 4.- Libro de Asambleas de Accionistas
- 5.- Libro de Acta del Consejo de Administración.
- 6.- Libro de ventas.
- 7.- Libro de compras
- 8.- Libro Especial de comisiones
- 9.- Libro Especial de ingresos
- 10.- Registro Diario de Bancos
- 11.- Libro de Operaciones en Moneda Extranjeras

#### **c) Auxiliares**

- 1.- Cuentas colectivas de activo
- 2.- Cuentas colectivas de Pasivo
- 3.- Cuentas colectivas de Resultados

## **II.- APLICACION DEL SISTEMA CONTABLE**

### **REGISTROS DIARIOS**

#### **A) POLIZAS**

**1) DE INGRESOS .-** Estas pólizas se contabilizarán diariamente en el registro diario de bancos, el cual debe hacerse en forma individual para cada una de las pólizas.

**2) DE EGRESOS.-** Estas pólizas se contabilizarán diariamente en el registro diario de bancos, el cual debe hacerse en forma individual para cada una de las pólizas.

**3) DE DIARIO.-** Estas pólizas se contabilizarán en el libro diario de operaciones diversas, el cual debe hacerse en forma individual para cada una de las pólizas.

#### **B) AUXILIARES**

Estos se afectarán después de haberse contabilizado los documentos en los libros respectivos.

### **REGISTROS MENSUALES**

**1) REGISTRO DIARIO DE BANCOS.** Al finalizar el mes se sumarán los movimientos registrados de las distintas columnas de este libro, para obtener la totalidad de los movimientos operados en el mes de cada una de las cuentas, con lo cual se formulará un asiento de concentración que mediante una póliza de diario se asentará en el libro diario.

**2) LIBRO DIARIO.** Al final de cada mes se sumarán los movimientos operados en las distintas columnas a fin de totalizar los movimientos operados en el mes en cada una de las cuentas, incluyendo el asiento de concentración del libro diario de bancos, y con base en lo anterior se hará el registro en el libro mayor.

**3) LIBRO MAYOR.-** En este libro se asentarán las concentraciones mensuales por cada cuenta de Balance y Resultados divididas en los movimientos efectuados en el libro diario.

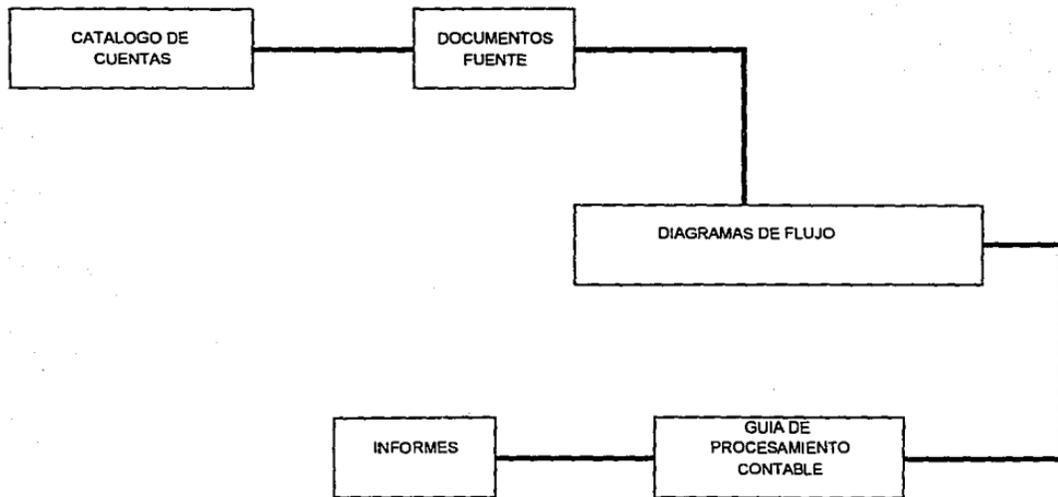
**4) LIBRO DE VENTAS.**- En este libro se registrarán las ventas del negocio, a fin de mes, se sumarán los movimientos registrados en las distintas columnas de este libro, para obtener la totalidad de movimientos operados con base en el cual se formularán un asiento de concentración que a través de una póliza de diario se asentará en el libro de diario, además deberán separarse las operaciones de ingresos, según el tipo de productos que se vendan.

Cabe señalar la relevancia de distinguir entre los informes finales y los documentos fuente y no confundirlos, a efecto de no distorsionar la información.

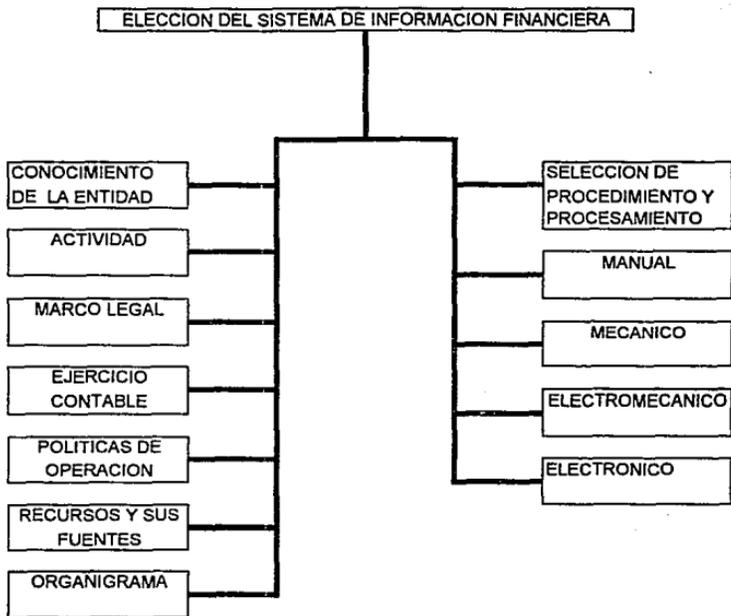
Para diseño de un proceso de información financiera se consideran los siguientes puntos:

- 1.- Elaborar un catálogo de cuentas
- 2.- Diseño de documentos fuente
- 3.- Elaborar diagramas de flujo de información
- 4.- Estructurar una guía de procesamiento de las operaciones realizadas.
- 5.- Establecer cuales serán los informes finales que se deban de producir.

Estos puntos se representan en el siguiente cuadro:



PROCESO DEL DISEÑO DEL SISTEMA DE INFORMACION FINANCIERA



ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA SELECCION DE UN SISTEMA DE INFORMACION FINANCIERA, DE ACUERDO CON C.P. ELIZONDO LOPEZ

# **CAPITULO VI**

**CASO PRACTICO**

## CASO PRACTICO

Los socios Alma Delia Tellez López y Ma. Concepción Ramirez Garcia, consideran invertir su dinero en la adquisición de una franquicia, que se dedique a la industria restaurantera, por lo cual los socios elaboran un plan de actividades para la obtención de la franquicia, estas actividades se basan desde:

- 1.- Adquisición de la franquicia
- 2.- Apertura de la franquicia
- 3.- Verificar la forma legal de constitución en el contrato
- 4.- Cubrir con el capital inicial establecido por la franquicia que se pretende adquirir
- 5.- Verificar las políticas de operación, fiscales, de servicio, de personal, financieras.
- 6.- Verificar ante SECOFI el registro de la marca
- 7.- Verificar la técnica presupuestal requerida conjuntamente con el franquiciante
- 8.- Planear un paquete de financiamiento
- 9.- Elaborar un programa de los requerimientos de equipo.
- 10.- Contratar los servicios necesarios de teléfono, energía eléctrica, agua, drenaje.
- 11.- Verificación de planes de publicidad que se tienen en la franquicia
- 12.- Designación de áreas (estacionamiento, de empleados, de almacenaje).
- 13.- Dar a conocer el domicilio comercial para enviar y recibir correspondencia
- 14.- Revisar la ruta crítica de actividades que de el franquiciante
- 15.- Verificar el diseño de los anteriores que establezca el franquiciante
- 16.- Adquirir el mobiliario correspondiente
- 17.- Efectuar gastos de instalación
- 18.- Obtener licencias de operación
- 19.- Verificar el programa de el franquiciante para seleccionar y contratar, gerentes, sugerentes y empleados en general.
- 20.- Establecer fechas de apertura física y fiscal
- 21.- Programar utensilios menores de cocina y de servicio
- 22.- Verificar el plazo de recepción de mercancía, plazos de pago, descuentos etc.
- 23.- Recibir en un tiempo razonable dicha mercancía
- 24.- Verificar y constatar que el franquiciante lleve correctamente la suscripción de publicaciones especializada o de mayor circulación
- 25.- Seleccionar instituciones bancarias para el manejo de cuentas de cheques, inversiones y líneas de crédito.
- 26.- Contratar servicios complementarios (basura, limpieza, vidrios, fumigadores, mantenimiento etc.)
- 26.- Establecer y verificar el reglamento interior de trabajo con base a la ley federal de trabajo.
- 27.- Estructurar un plan de prestaciones y beneficios a empleados.
- 28.- Determinar las necesidades del personal conjuntamente con el franquiciante, para el llevar a cabo el calendario de actividades, vacaciones el programa de capacitación y desarrollo del personal que le especifique el franquiciante.
- 29.- Establecer reservas de carácter legal, fiscal y contable.
- 30.- Verificar el control de inventarios
- 32.- Preparar operativos de seguridad de emergencia, e instruir al personal de servicio y de cocina conjuntamente con el franquiciante.
- 33.- Verificar el sistema de información financiera que se pretende llevar
- 34.- Aplicar adecuadamente los recursos requeridos
- 35.- Verificar el sistema de información mercadológica
- 36.- Verificar la forma legal de constitución en el contrato

Una vez llevado a cabo lo anterior se llevo por adquirir la franquicia "ALCO S.A. de C.V." para la cual se necesita un capital inicial de N\$ 625,700.00 obteniendo un financiamiento por una institución bancaria del 30 % del total de capital inicial, el cual se liquidara en 5 años, con una tasa de interés del 8 % mensual.

Derivado de lo anterior se celebró el contrato de franquicia en el cual se estipula un 6% de regalías sobre la venta del negocio y se proyecta que la recuperación de inversión es a un año.

Asimismo se pago una cuota de N\$3000.00 para publicidad, se pago también N\$ 1,850.00 de costo de capacitación y una cuota de N\$ 843.00 de compras de producto y el 4% de ventas totales sobre publicidad mensualmente.

El franquiciante entrego el manual de operaciones que se tendrá que llevar en el restaurante para llevar a cabo todas sus funciones tanto administrativas y contables de la franquicia.

En primer termino se especifica la estructura de la empresa en forma general

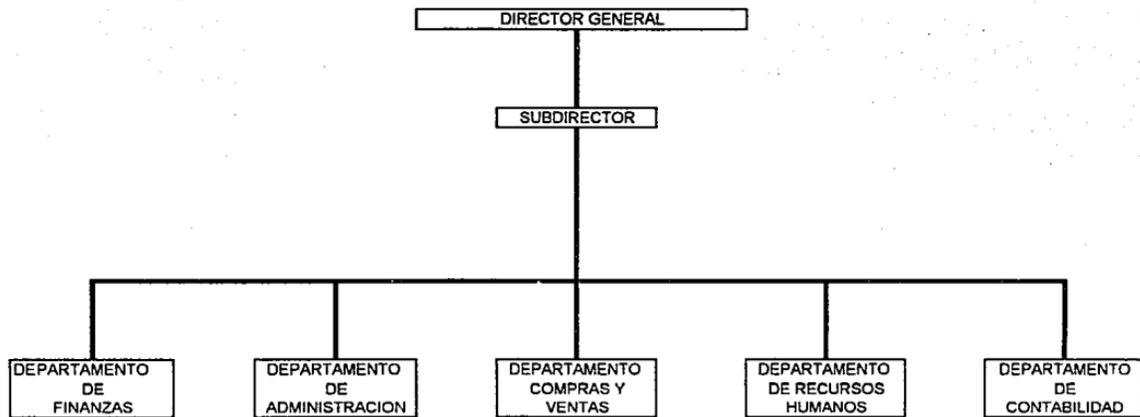
### **ORGANIGRAMA**

El organigrama tiene por finalidad canalizar los niveles jerárquicos de la empresa.

Director general

Subdirector

Departamento de finanzas y administración (gerencia de recursos humanos, gerencia de contabilidad)



Después del organigrama general nos interesaremos en el aspecto contable de esta franquicia.

Es importante mencionar que las políticas establecidas por el franquiciante son:

#### **a) Políticas de servicio**

- 1.- Todo comprobante entregado a contabilidad debe ser recibido mediante sello y firma de conformidad
- 2.- No se deben recibir comprobantes alterados
- 3.- Todo registro contable debe ser autorizado por el contador
- 4.- Los estados financieros deben ser firmados por el contador, director general
- 5.- Los estados financieros durante los primeros 5 días hábiles del mes siguiente
- 6.- Los comprobantes deben de tener una descripción de la operación, se anotara la fecha y hora de recepción.

#### **b) Políticas de control interno**

- 1.- La contabilidad se llevara mediante el registro analítico
- 2.- El departamento de contabilidad probar solicitar la comprobación en el momento que considere necesario.
- 3.- Podrá expedirse cheques con firma del contador y director general
- 4.- El departamento de contabilidad debe de vigilar los gastos que no excedan de la cantidad presupuestada.
- 5.- El pago de impuestos debe ser liquidado siempre con cheque certificado a la cuenta no. 8430329 del banco internacional
- 6.- El departamento de contabilidad debe de mantener actualizado el inventario de mobiliario y equipo.
- 7.- La gerencia administrativo debe informar y autorizar los estados financieros.

#### **c) Políticas legales**

- 1.- Toda jornada de trabajo que rebaje 8 horas diarias debe ser remunerada por tiempo extraordinario.
- 2.- Todo movimiento contable debe ser registrado en el idioma español, en moneda nacional y en orden cronológico ( art. 36 del código de comercio)
- 3.- Todo comprobante debe ser conservado 10 años posteriores a la fecha de registro así como los libros contables ( art 46 código de comercio)
- 4.- Los libros de contabilidad deben de presentarse a la secretaria de crédito publico para su autorización; estos deberán estar encuadernados, forrados, foliados y sellados de la forma que prevengan las leyes.

**d) Políticas de personal**

- 1.- Todo empleado debe de registrar la hora de entrada y salida en las tarjetas expresas para ello.
- 2.- El departamento de contabilidad debe de trabajar de 8 a 16 horas, con quince minutos de tolerancia, en caso de rebasaría será monestado por dos días de suspensión sin goce de sueldo.
- 3.- Se llevara a acabo las retenciones indicada por la ley y las aportaciones al instituto mexicano del seguro social correspondientes.

**e) Políticas fiscales**

- 1.-La declaración del impuesto sobre la renta (I.S.R.) debe de presentarse en los formatos establecidos por la secretaria de hacienda y crédito publico.
- 2.-Cuando exista un excedente de impuestos pagados a la secretaria se solicitara su devolución.
- 3.- La responsabilidad del departamento de contabilidad es de presentar la declaración mensual de impuestos dentro de los 17 días siguientes del mes que correspondan y su ajuste anual del 1º al 30 de marzo del año siguiente respecto del ejercicio fiscal anterior.
- 4.- Presentación y elaboración de las regalías correspondientes al franquiciante

A continuación se presenta la situación financiera durante el primer ejercicio fiscal.

**RESTAURANTE ALCO S.A. DE C.V.**  
**BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 1993**

<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		<b>\$17,700,210.00</b>	<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	
EFFECTIVO EN CAJA	\$1,433,375.00		PROVEEDORES	\$3,416,503.00
EFFECTIVO EN BANCOS	\$5,070,635.00		ACREEDORES	\$2,022,610.00
			IMPUESTOS POR PAGAR	\$1,860,000.00
ALMACEN DE ALIMENTOS	\$3,375,000.00			\$7,299,113.00
ALMACEN DE BEBIDAS	\$3,280,000.00		<b>LARGO PLAZO</b>	
CLIENTES	\$2,216,050.00		DOCUMENTOS POR PAGAR	\$200,634.00
CUENTAS POR COBRAR	\$2,325,150.00			
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>\$13,590,755.40</b>		<b>\$200,634.00</b>
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OPER	\$2,830,420.00		SUMA DE PASIVO	\$7,499,747.00
DEP MOB Y EQUIPO DE OPER	\$283,042.00			
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	\$2,732,654.00		<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
DEP DE MOB Y EQUIPO DE OF	\$273,265.40		CAPITAL SOCIAL	\$675,000.00
EQUIPO DE REPARTO	\$2,322,440.16		CAPITAL VARIABLE	\$15,000,000.00
DEP DE EQUIPO DE REPARTO	\$464,488.03		UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$8,747,958.40
EQUIPO DE COCINA	\$3,375,781.79			
DEP DE EQUIPO DE COCINA	\$675,156.36			
EQUIPO DE SERVICIO	\$2,095,213.81			
DEP EQUIPO DE SERVICIO	\$419,042.76			
EQUIPO DE COMPUTO	\$3,132,320.25			
DEP EQUIPO DE COMPUTO	\$783,080.06			
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>\$832,374.00</b>	<b>SUMA</b>	<b>\$24,422,958.40</b>
GASTOS DE ORGANIZACION	\$250,610.00			
AMORTIZACION DE GTS DE ORG.	\$25,061.00			
GASTOS DE INSTALACION	\$674,250.00			
AMORTIZACION DE CTOS DE INS	\$67,425.00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$32,123,339.40</b>	<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>\$32,123,339.40</b>

## ALCO S.A. DE C.V.

## ESTADO DE RESULTADO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1993

VENTAS DE ALIMENTOS	\$5,830,450.00	
VENTAS DE BEBIDAS	\$6,322,588.00	
	<hr/>	
<b>TOTAL DE VENTAS</b>		<b>\$12,153,038.00</b>
<b>MENOS</b>		
COSTO DE ALIMENTOS	\$1,251,594.80	
COSTO DE BEBIDAS	<u>\$872,434.80</u>	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b><u>\$2,124,029.60</u></b>
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$10,029,008.40</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$750,630.00	
GASTOS FINANCIEROS	<u>\$530,420.00</u>	<u>\$1,281,050.00</u>
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b>\$8,747,958.40</b>

## RAZONES FINANCIERAS

Si la liquidez esta definida por el efectivo disponible en caja y en bancos para hacer frente a las obligaciones a corto plazo, entonces la liquidez de este restaurante se determinaría como sigue:

Efectivo en caja y bancos propiedad del restaurante:	\$1,433,375.00
Efectivo depositado en el banco:	5,070,645.00
	<hr/>
Suma total de efectivo:	\$6,504,020.00
Suma de obligaciones a corto plazo:	\$6,504,010.00

La relación que existe entre las disponibilidades en efectivo y las obligaciones a corto plazo sería:

$$\frac{\$6,504,020.00}{\$6,504,010.00} = 1.00$$

Lo anterior significa que se tiene un peso en efectivo por cada peso de deuda; consecuentemente, esta empresa tiene liquidez, ya que cuando pague todas sus deudas con el efectivo disponible, se liquidaran todas las deudas.

La solvencia de este negocio se determinara como se describe a continuación:

Efectivo en caja	\$ 1,433,375.00
Efectivo en bancos	5,070,645.00
Inversiones en almacenes	6,655,000.00
	<hr/>
Suma	\$ 13,159,020.00
Total de obligaciones a corto plazo o circulantes:	\$ 7,299,113.00

Como se ha establecido, la solvencia es el sobrante que queda después de cubrir las obligaciones a corto plazo; por lo tanto, se trata de una resta:

$$\begin{array}{r} \$ 13,159,020.00 \\ 7,299,113.00 \\ \hline \$ 5,859,907.00 \end{array}$$

De este modo, el restaurante manifiesta una solvencia de \$5,859,907.00 pesos, representada por una solvencia de capital de trabajo por la misma cantidad, o sea que después de cubrir sus deudas aun quedarían \$5,859,907.00 pesos para seguir trabajando.

Gran parte del éxito del restaurante depende del control de los almacenes, ya que la función de compras y de control de inventarios debe ser desempeñada por personas especialmente dotadas para ello, en este renglón, la preocupación fundamental es alcanzar un nivel en que la mercancía no efectúe la administración del efectivo y que dicha mercancía efectúe una rotación sana, constante y elevada; es decir, evitar mantener estáticos de inventarios, ya que a mayor rotación, mayor será el nivel de ventas. el análisis correspondiente al renglón de inventarios que podría sujetarse, entre otros, a la siguiente fórmula:

$$\text{Rotación de inventarios: } \frac{\text{importe de las ventas}}{\text{importe de las existencias en mercancía.}}$$

De acuerdo a los estados financieros:

$$\text{Rotación de inventarios: } \frac{\$ 12,153,038.00}{\$ 6,655,000.00} = 1.83$$

Según los datos obtenidos de los estados financieros, las ventas y la existencia en inventarios de mercancía arrojan un resultado de 1.83 que representa las veces que ha rotado la mercancía; así una rotación de 1.83 veces. lo anterior significa, para el restaurante, haber recuperado su inversión casi dos veces.

La recuperabilidad de los créditos implica invariablemente su convertibilidad a efectivo, y mientras mas rápido se conviertan, mayor liquidez mantendrá el negocio. la rotación de las cuentas por cobrar se determina mediante la relación existente entre las ventas y el importe de las cuentas por cobrar; por lo tanto, la fórmula quedaría así:

$$\frac{\text{ventas}}{\text{cuentas por cobrar}}$$

Aplicando esto a los estados financieros:

$$\frac{\$ 12,153,038.00}{\$ 4,541,200.00} = 2.68$$

Esta relación indica que las cuentas por cobrar se han logrado convertir en efectivo 2.21 veces, o sea se logro recuperar y convertir en efectivo 2 veces los créditos otorgados. desde luego, en la recuperación de créditos influye una serie de factores, tales como una adecuada investigación de la clientela, el manejo de solicitud de créditos, el nivel de crédito otorgado, el interés pactado y sobre todo, la selección de la clientela.

La importancia de la administración de las partidas que integran el activo fijo radica en determinar su productividad, esto es, la relación que existe entre el importe de ventas y la influencia del activo fijo para producirlas; así la formula se presentaría como sigue:

$$\frac{\text{ventas}}{\text{importe del activo fijo}}$$

Con base en los estados financieros el análisis del activo fijo quedaría como sigue:

$$\frac{\$12,153,038.00}{\$13,590,755.40} = .89$$

La relación indica que con una inversión de \$13,590,755.40 en activo fijo, se lograrán ventas por \$12,153,038.00, o sea, el 89% de la inversión en activo fijo

Una manera de analizar el índice de endeudamiento es comparar el importe de la deuda con el total de bienes y derechos que se poseen, por medio de la siguiente formula:

$$\frac{\text{Total de obligaciones}}{\text{Total de bienes y derechos}} = \text{Grado de endeudamiento}$$

Tomando los datos del balance, quedaría como sigue:

$$\begin{array}{r} \$ 7,499,747.00 \\ \hline \$ 31,290,965.40 \end{array} = 24\%$$

El resultado anterior significa que el 24% de la empresa se encuentra en manos de acreedores y que, por lo tanto, el 76% del negocio se encuentra en manos del dueño o empresario.

Después de haber logrado diagnosticar la situación financiera en que se desenvuelve el restaurante, se podrá llevar a cabo la toma de decisiones en la cual desafortunadamente, en la actividad gastronómica cualquier persona toma decisiones, sin contar con la capacidad profesional para ello, pero a simple vista se puede deducir que las franquicias cuentan con liquidez y solvencia, rotación de inventarios, recuperabilidad en créditos, activo fijo y en un momento dado el endeudamiento es controlable.

## CONCLUSIONES

Se puede concluir que el desarrollo de las franquicias en nuestro país va teniendo un gran auge al considerar a la misma como una de las mejores inversiones, que se están apoyando mucho en cuanto a créditos financieros, estos podrían ser más común llevados a cabo por la apertura del tratado de libre comercio, aunque antes de este ya se contaba con bastantes franquicias Norteamericanas en nuestro país las cuales se dedican a la hotelería, restaurantes, comidas rápidas, servicio de correspondencia, asesorías entre otras.

La Franquicia brinda a las personas que se interesen invertir en un negocio, que tenga una recuperación de la inversión rápida, que además cuente con la publicidad necesaria y lo más importante que es la obtención de ingresos en un tiempo considerable.

Se puede llegar a pensar que la franquicia es complicada ya que se necesita un capital de inversión bastante alto para la obtención de la misma, ya que esta cuenta con un prestigio, pero, si nos ponemos a analizar en muchos otros aspectos como la publicidad, los clientes, estos de antemano ya están bien establecidos o identificados con la propia marca, así es que no habría duda en la recuperación de la inversión.

Se podría considerar que la Franquicia traerá consecuencia favorable para nuestro país ya que esta necesita de personal que viva en el país donde se implante lo cual favorece nuestro nivel de empleo, además que al comprar una franquicia, el franquiciante requiere que el franquiciatario conozca y viva dentro del país en el cual se va a implantar ya que para él, le proporciona seguridad de triunfo en la franquicia.

Para el decidirse a comprar una franquicia quizá lo que primero se debe pensar es en que tipo de inversión se quiere hacer y en que rama de industria se desea invertir, por lo regular el desembolsar dinero es algo difícil para todas las personas, peor entre más grande es el riesgo, más índice de ganancia se puede encontrar.

Se podrá sugerir a la Franquicia como una de las más atinadas inversiones en nuestro país. El papel como franquiciatario es fácil ya que este puede adquirir franquicias en diferente tipo. La más aconsejable es la de formato de negocio ya que esta es la más manejable y el franquiciante nos proporciona todo lo que se necesita como franquiciatario, este a su vez tiene derechos y obligaciones ante el franquiciante como es el pago de regalías que estipula el contrato.

En conjunto se puede decir que la franquicia, juega un buen papel en la economía, y que se espera que todos los negocios que tienen ya un renombre se puedan manejar por este sistema.

## BIBLIOGRAFIA

- Franquicias  
Como Multiplicar su Negocio  
Steven S. Raab & Gregory Matusky
  
- Publicaciones "Notifranquicias"  
Asociación Mexicana de Franquicias
  
- La Experiencia de las Franquicias  
Enrique González Calvillo
  
- Proceso Contable  
Contabilidad 2- Nivel  
Elizondo López
  
- La Banca de Desarrollo en México  
Directorio de Servicios  
PECE y SHCP
  
- Administración I y II  
Reyes Ponce
  
- Contabilidad de Sociedades  
C.P. Manuel Resa García
  
- Manual de Marcas / Guía del usuario/ Patente de Inversión  
No. DT-1 al DT-7  
SECOFI