



46
2EJ

**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO**

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**ANALISIS DE LA PENETRACION DEL PROGRAMA
DE MODERNIZACION DE ESTACIONES DE SERVICIO
EN EL DISTRITO FEDERAL.
(FRANQUICIA PEMEX)**

**Seminario de Investigación Administrativa
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A:
MARIA CONCEPCION MEDINA SANCHEZ**



**ASESOR DEL SEMINARIO
L. E. JOSE SILVESTRE MENDEZ MORALES**

MEXICO, D. F.

1995



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION

❁ ENE. 22 1996 ❁

COORDINACION DE
EXAMENES PROFESIONALES

010487/96

FALLA DE ORIGEN

A MI UNIVERSIDAD :

Por brindarme la oportunidad
de pertenecer a ella.

**A MI FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION :**

Por los conocimientos obtenidos
para desenvolverme en la sociedad
y ser alguien en la vida.

AL L.E. JOSE SILVESTRE MENDEZ MORALES :

Por su apoyo, comprensión y ayuda en la
elaboración de esta tesis.

A MIS PADRES, GUADALUPE Y ELPIDIO:

Por ser lo más valioso de mi vida,
su cariño y amor son los impulsos
para seguir adelante, GRACIAS por
todo.

**A MIS HERMANOS :
PACHITA, GINA, VERONICA Y
BRUNO.**

Porque el ser mis hermanos y estar
siempre conmigo es lo más hermoso
que me ha pasado, GRACIAS por su
amor y compañía.

A MIS AMIGOS :

Por su apoyo, compañía y amistad,
y porque cuando los necesito ustedes
siempre están conmigo.

**A TODAS LAS PERSONAS QUE
CONTRIBUYERON EN EL DESARROLLO
DE ESTE TRABAJO.**

A ARACELI Y SU FAMILIA Y A JOSE SALVADOR

Por su ayuda para la impresión de
este trabajo.

GRACIAS.

CONCEPCION.

A MIS AMIGOS :

Por su apoyo, compañía y amistad,
y porque cuando los necesito ustedes
siempre están conmigo.

**A TODAS LAS PERSONAS QUE
CONTRIBUYERON EN EL DESARROLLO
DE ESTE TRABAJO.**

A ARACELI Y SU FAMILIA Y A JOSE SALVADOR

Por su ayuda para la impresión de
este trabajo.

GRACIAS.

CONCEPCION.

I N D I C E

	PÁG.
DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS	
INTRODUCCIÓN	1
I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	
1. PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
2. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	10
3. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS	11
4. DISEÑO DE LA MUESTRA	11
5. PRUEBA DE LOS INSTRUMENTOS	13
6. LEVANTAMIENTO DE LOS DATOS	18
7. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS ...	18
8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y REDACCIÓN PRELIMINAR	19
9. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	19
II. LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.	
1. CONCEPTO	22
2. CARACTERÍSTICAS	25
3. OBJETIVOS	26
4. TIPOS	26
A. Franquicia de producto y marca registrada .	26
B. Franquicia de formato de negocio	27
5. REQUISITOS Y MANUAL DE FRANQUICIA	27
A. Requisitos	27
a. Requisitos para el franquiciante	27
b. Requisitos para el franquiciado	28
B. Manual de Franquicia	28
6. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS ...	29
A. Ventajas	29
B. Desventajas	30
7. ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO ...	30
8. CONTRATO Y MARCO JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO	32
A. Contrato de franquicia	32
B. Marco jurídico de las franquicias en México	35
9. GIROS	38

PÁG.

III. PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO.	
1. PEMEX - REFINACIÓN	43
2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO	44
3. CONCEPTO	44
4. OBJETIVOS Y MANUAL DE FRANQUICIA PEMEX	47
A. Objetivos	48
B. Manual de franquicia Pemex	49
5. FINANCIAMIENTO	50
6. PROGRAMA SIMPLIFICADO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO	51
7. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FRANQUICIA PEMEX	63
A. Ventajas	63
B. Desventajas	64
8. ANTECEDENTES DE LA FRANQUICIA PEMEX	65
A. Causas	68
9. CONTRATOS Y MARCO JURÍDICO DE LA FRANQUICIA PEMEX	69
A. Contratos	69
B. Marco jurídico de la Franquicia Pemex	70
10. SITUACIÓN ACTUAL DE LA FRANQUICIA PEMEX	73
IV. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	78
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	106
BIBLIOGRAFÍA	108
HEMEROGRAFÍA	109

	PÁG.
ANEXOS	111
1. DIRECTORIO DE CENTROS DE TRABAJO PEMEX - REFINACIÓN	112
2. PROGRAMA DE ESTACIONES DE SERVICIO 2 Y 3 ESTRELLAS	115
3. LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DE NORMAS DE IDENTIDAD EN ESTACIONES DE SERVICIO INCORPORADAS AL SISTEMA DE FRANQUICIAS	124
4. SOLICITUD PARA CONSTRUIR Y OPERAR NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO	139
5. CONVENIO QUE ESTABLECE LOS LINEAMIENTOS PARA SOLICITAR LA SUSTITUCIÓN DE LOS TITULARES DE LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE PETROLI- FEROS Y LUBRICANTES MARCA PEMEX	143
6. CONTRATO PARA LA VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX ...	148
7. CONTRATO DE FRANQUICIA PEMEX	160

I N T R O D U C C I O N

El objetivo de esta tesis, es presentar un análisis de la penetración del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio en el Distrito Federal, lo que se conoce como Franquicias Pemex (FP), que no son otra cosa que las gasolineras remodeladas bajo los aspectos de: Imagen, Servicio, Seguridad y Medio Ambiente.

La palabra Franquicia, que hoy en día está en boca de todo México y el mundo, ha venido a darle otra cara a Pemex - Refinación (órgano subsidiario de Pemex) creando así, la Franquicia Pemex que sigue el mismo esquema de las franquicias otorgadas entre particulares.

Por tal motivo se considera importante conocer a fondo a la FP y poder determinar, si esto es un forma disfrazada de empezar con la privatización de algunas dependencias del gobierno, como es el caso de Pemex - Gas y Petroquímica básica.

La crisis económica que vive el país ha tenido que obligar al gobierno mexicano a privatizarse, para poder así atraer a la inversión extranjera, además que como consecuencia del Tratado de Libre Comercio la competencia obliga a México a alcanzar el nivel de Estados Unidos y Canadá países con los que firmó el Tratado.

Por consiguiente la competencia y la tecnología que el Tratado ha traído al país, obliga a las empresas y dependencias mexicanas a crear programas eficientes, los cuales deben contener objetivos alcanzables a mediano plazo.

En el caso del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio creado en 1992 sus objetivos deberían alcanzarse en 1994 y no ha sido así, por lo que esta investigación analizará las causas de este atraso.

Cuando se crean programas de cualquier tipo se está utilizando la administración la cual se debe aplicar en forma eficiente para que los objetivos a alcanzar se cumplan.

En la Administración Pública, se da mucho la creación de programas a mediano plazo (menos de 5 años) recordando que no todos son tan efectivos como se espera, ahora bien, este trabajo analiza la efectividad del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio como programa gubernamental; quedando la presente tesis organizada en cuatro capítulos.

El capítulo I. Metodología de la investigación se refiere a los pasos metodológicos que toda investigación debe seguir para sustentar así, los resultados de la misma, integrándose el capítulo como sigue: planteamiento de la investigación, recopilación de la información, diseño de los instrumentos y de la muestra, levantamiento y procesamiento de los datos, análisis de la información y presentación de los resultados.

El capítulo II. Franquicias en México trata lo referente a las franquicias en México: su concepto, características, objetivos, tipos, requisitos, ventajas y desventajas de las franquicias en México, contrato y marco jurídico de las franquicias en México y sus giros.

El capítulo III. Programa de Modernización de Estaciones de Servicio abarca desde ¿ qué es Pemex - Refinación ? , los objetivos del programa, concepto, objetivos y manual de Franquicia Pemex, el financiamiento, el programa simplificado para el establecimiento de nuevas estaciones de servicio, ventajas y desventajas de la Franquicia Pemex, contrato y marco jurídico de la Franquicia Pemex hasta la situación actual de la Franquicia Pemex.

El capítulo IV y último incluye los resultados de la investigación de campo, mostrando una gráfica por cada pregunta del cuestionario que sea posible graficar y su interpretación.

Sin olvidar las conclusiones y recomendaciones que la investigación arrojó después de un trabajo de cinco meses y medio.

CAPITULO I.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

1. PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.
2. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.
3. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS.
4. DISEÑO DE LA MUESTRA.
5. PRUEBA DE LOS INSTRUMENTOS.
6. LEVANTAMIENTO DE LOS DATOS.
7. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE
LOS DATOS.
8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y
REDACCIÓN PRELIMINAR.
9. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.

CAPITULO I.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Toda investigación debe tener una base metodológica sólida que sea el esqueleto que sustente y respalde la información que en ella se expone; esta investigación no es la excepción; se desarrolló basándose en la metodología planteada por Santiago Zorrilla y Miguel Torres X. (1) y la propuesta del Profesor José Silvestre Méndez Morales, quedando los pasos metodológicos de la siguiente manera:

1. Planeación de la investigación.
2. Recopilación de la información.
3. Diseño de los instrumentos.
4. Diseño de la muestra.
5. Prueba de los instrumentos.
6. Levantamiento de los datos.
7. Tabulación y procesamiento de datos.
8. Análisis de la información y redacción preliminar.
9. Presentación de los resultados.

1. ZORRILLA A., Santiago y Torres X., Miguel, Guía para elaborar la tesis, México, Mc Graw Hill, 1993, p. 23.

1. PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

- A. CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN.
- B. ÁREA: ADMINISTRACIÓN GENERAL.
- C. TEMA GENÉRICO: FRANQUICIAS PETRÓLEOS MEXICANOS (PEMEX).
- D. TEMA ESPECÍFICO: PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO.
- E. ESPECIFICACIÓN DEL TEMA: ANÁLISIS DE LA PENETRACIÓN DEL PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO EN EL DISTRITO FEDERAL.
(FRANQUICIA PEMEX)

F. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

La razón que me llevó a realizar la investigación fue principalmente porque: PEMEX hasta antes de 1985 siguió una política basada en la venta de gasolina para las gasolineras. En 1992, PEMEX decide modernizarse implantando una nueva forma de hacer negocio en las ahora llamadas Estaciones de Servicio. Esta modernización consiste en un esquema de mayores comisiones basado en una tarifa porcentual aplicada a las ventas de gasolina, lo que permitirá un incremento real e inmediato en la ganancia por litro.

La investigación consistió en saber ¿qué llevó a PEMEX el otorgar franquicias?, ¿cuál es la razón que los motivó? tal vez el de ser más eficientes y/o el tener más ingresos; ¿qué beneficios o ventajas da al franquiciado?, ¿a quién se le favorece con la modernización de estaciones de servicio?.

Se eligió precisamente a PEMEX porque las franquicias en México se otorgaban entre particulares y PEMEX es la primera dependencia del Gobierno Federal que las otorga sólo a inversionistas mexicanos, a través de un ambicioso programa de modernización, cuyo objetivo principal se analizó para así determinar las ventajas y desventajas del mismo, en el Distrito Federal (D.F.). Y conocer que tanto repercutió en la economía nacional el que PEMEX realizara este cambio como un paso para que otras dependencias del gobierno apliquen este esquema.

Administrativamente se hizo un análisis de la penetración del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio y su efectividad como programa gubernamental.

G. OBJETIVOS.

- Conocer el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Determinar las ventajas y desventajas del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Analizar la conveniencia de adherirse o no al Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Proponer un análisis real que sirva de base al inversionista mexicano para tomar la decisión de adquirir o adherirse a la Franquicia PEMEX.
- Conocer los requisitos para adherirse al Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Conocer la importancia que tiene para PEMEX el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Cumplir con el requisito de la parte escrita del examen profesional para obtener el Título de Licenciada en Administración.
- Para cumplir con los objetivos señalados, se debe realizar una investigación en un plazo máximo de cinco meses, la cual incluye una investigación de campo.

H. PROBLEMAS A INVESTIGAR.

- ¿ En qué consiste el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio ?
- ¿ Qué beneficios ofrece a sus franquiciados el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio ?
- ¿ Cuáles son los requisitos para ser franquiciado ?
- ¿ Qué importancia tiene para PEMEX el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio ?
- ¿ Qué aceptabilidad ha tenido entre los gasolineros el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio ?
- ¿ Qué ventajas y desventajas tiene el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio ?

¿ Qué objetivos del Programa de Modernización de las Estaciones de Servicio se han alcanzado realmente ?

¿ Qué resultados han obtenido los franquiciados adheridos al programa de Modernización de las Estaciones de Servicio ?

I. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS.

a) Hipótesis de trabajo:

Sí el franquiciado PEMEX cumple con el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio entonces mejorará la calidad y la rapidez en el servicio.

b) Hipótesis alternativa:

Sí el franquiciado PEMEX cumple con el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio entonces mejorará sus instalaciones.

c) Hipótesis nula:

Sí el franquiciado PEMEX no cumple con el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio entonces no mejorará la calidad y la rapidez en el servicio.

ELEMENTOS DE LA HIPÓTESIS:

UNIDAD DE OBSERVACIÓN:

Franquiciados PEMEX (Gasolineras en franquicia)

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Programa de Modernización de Estaciones de Servicio

VARIABLE DEPENDIENTE:

El mejoramiento de la calidad y la rapidez en el servicio.

J. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

- Se realizó una revisión del material documental existente.
- La investigación es mixta, es decir, documental y de campo.
- La investigación es descriptiva-propositiva porque se describió un sistema para después presentar algunas propuestas.
- Se recurrió a fuentes directas e indirectas.
- Se crea un trabajo original que aporte nuevas ideas en relación con el tema.

K. ALCANCES Y LIMITACIONES.

a) ALCANCES.

- La presente investigación aporta información que puede ser útil para el inversionista mexicano que desee adquirir o adherirse al Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Se realiza un análisis acerca de la importancia del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio, para PEMEX, los inversionistas mexicanos y el país.
- Se desea conocer las fortalezas y debilidades del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Se pretende que los resultados obtenidos sean de aplicación general en las Franquicias PEMEX (Estaciones de Servicio) y que ayuden al mejoramiento de las mismas.

b) LIMITACIONES.

- Los resultados obtenidos por esta investigación sólo podrán ser de utilidad para las Franquicias PEMEX.
- No se cuenta con suficiente información, lo que limita a la presente investigación.
- Se espera que la información que se requiera para esta investigación no origine prejuicios a los franquiciados PEMEX.

- El Programa de Modernización de Estaciones de Servicio, sólo tiene tres años, por lo tanto, sólo se cuenta con la información que proporcione PEMEX.

L. INDICE TENTATIVO.

INDICE

INTRODUCCIÓN

I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Planeación de la investigación.
2. Recopilación de la información.
3. Diseño de instrumentos.
4. Diseño de la muestra.
5. Prueba de los instrumentos.
6. Levantamiento de los datos.
7. Tabulación y procesamiento de datos.
8. Análisis de la información y redacción preliminar.
9. Presentación de los resultados.

II. LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

1. Concepto.
2. Características.
3. Tipos.
4. Contrato y Marco Jurídico.
5. Antecedentes de las Franquicias en México.

III. PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO.

1. Concepto.
2. Objetivos.
3. Antecedentes de las Franquicias PEMEX.
4. Marco Jurídico de las Franquicias PEMEX.
5. Situación actual de las Franquicias PEMEX.
6. Ventajas y desventajas de las Franquicias PEMEX.

IV. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

ANEXOS Y APÉNDICES.

BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA.

2. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Una vez determinado, el ¿Qué y cómo se realizará la investigación?, se procedió a la recopilación de la información, la cual consistió en recolectar, organizar, sintetizar y comprender los datos obtenidos mediante el uso y aplicación de los materiales documentales o fuentes de información.

Las fuentes de información utilizadas en esta investigación fueron: documentales y de campo.

Entre las fuentes de información documental consultadas se encontraron: libros, periódicos, folletos y revistas, informes, estadísticas, etc. que se presentan en la bibliografía y hemerografía al final de esta investigación.

Para la obtención de dicha información se recurrió a :

- * Biblioteca y Hemeroteca de la FCA.
- * Biblioteca y Hemeroteca Nacional.
- * Biblioteca del Instituto Mexicano del Petróleo.
- * Biblioteca de Petróleos Mexicanos (Complejo Pemex).
- * Asociación Mexicana de Franquicias.
- * Subgerencia de Administración de la Franquicia Pemex.
- * Biblioteca de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

En alguna de estas instituciones sólo se encontró información de guía, es decir libros que remitían a otros libros, obteniendo así, la mayoría de la información en: la Biblioteca y Hemeroteca de la FCA, la Subgerencia de Administración de la Franquicia Pemex, la Biblioteca y Hemeroteca Nacional y la Biblioteca de Petróleos Mexicanos.

La información para desarrollar el capítulo III, se obtuvo de la Subgerencia de Administración de la Franquicia Pemex, por medio del Coordinador Lic. Ricardo Mendoza Vázquez, quien proporcionó el folleto de la Franquicia Pemex: un factor ante el cambio; revistas y demás información.

3. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS.

Una vez recopilada la información se procedió a diseñar el instrumento con el cual se recolectarían los datos necesarios para aprobar o rechazar la hipótesis de trabajo.

La técnica para obtener información relacionada con el problema de investigación y la hipótesis de trabajo, fue la que contribuyó al logro de los objetivos de la investigación y permitió que dicha obtención de información fuera de manera ordenada y regular.

La técnica utilizada fue la entrevista formal y estructurada; formal porque se dirigió la atención del entrevistado a partir de un tema central y estructurada porque esta dirección se hizo mediante preguntas planteadas en el mismo orden y los mismos términos, es decir, un cuestionario estructurado.

El cuestionario empleado para esta investigación planteó 22 preguntas entre abiertas y cerradas; las preguntas cerradas en su mayoría fueron dicotómicas y algunas de elección múltiple.

4. DISEÑO DE LA MUESTRA.

Para determinar el tamaño de la muestra primero se necesitó conocer el universo o total de población.

En el caso de esta investigación, el universo es el total de estaciones de servicio (gasolinerías) incorporadas a la Franquicia Pemex (FP) en el Distrito Federal.

El número de FP en el Distrito Federal (D.F.) hasta el 28 de febrero de 1995 es de 188 FP, de las cuales 25 son de 2 estrellas y 163 de 3 estrellas (más adelante se explica lo de las estrellas).

La muestra es parte del universo y debe representar las mismas cualidades y características del universo, en el caso de esta investigación, todas las estaciones de servicio deben estar incorporadas a la FP.

Para determinar dicha muestra se utilizó " la fórmula de poblaciones finitas (menos de 500 000 elementos) que es la siguiente:

$$n = \frac{\sigma^2 N}{e + \frac{\sigma^2}{2} \left(\frac{p}{q} + \frac{q}{p} \right)}$$

En donde :

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo o población.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

e = Error de estimación.

σ = Coeficiente de confianza."(2)

Los datos utilizados para esta investigación fueron:

- * El universo o población (N) fueron las 188 FP en el D.F..
- * La probabilidad a favor (p) fue de 50 % ya que no se tenía una certeza de la situación.
- * La probabilidad en contra (q) fue del 50 % debido a que no hay investigaciones sobre el tema.
- * El error de estimación (e) fue del 10% que es el error máximo aceptado en toda investigación.
- * El coeficiente de confianza (σ) fue de 95 % es decir, el 95% del total de la población cae dentro de la curva del área normal que se obtiene con la gráfica de campana que tiene un valor de 1.96 .

Sustituyendo :

$$n = \frac{(1.96)^2 (188) (.50) (.50)}{(.10)^2 (188 - 1) + (1.96)^2 (.50)(.50)} =$$

$$n = \frac{(3.84) (188) (.25)}{(.01) (187) + (3.84) (.25)} =$$

$$n = \frac{180.48}{1.87 + .96} = \frac{180.48}{2.83} =$$

$$n = 63.77 = \underline{64}$$

2. FISHER, Laura, Investigación de mercados, México, Mc Graw Hill, 1991, p. 59.

El resultado obtenido una vez aplicada la fórmula fue de 64 FP a las que se les aplicaría el cuestionario. Ya que hay dos categorías de FP (2 y 3 estrellas) hay que determinar cuántas de éstas formarían el total de la muestra, esto se conocería tomando el porcentaje que representaban estas 64 FP en el total de la población.

CATEGORÍAS	TOTAL POBLACIÓN	% REPRESENTATIVO DE LA POBLACIÓN	TOTAL DE LA MUESTRA
2 ESTRELLAS	25	13.30	9
3 ESTRELLAS	163	86.70	55
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
TOTAL	188	100.00	64

Esto quiere decir, que el total de las 64 FP de la muestra se aplicarían de la siguiente manera: 9 cuestionarios a las FP de 2 estrellas y 55 cuestionarios a las FP de 3 estrellas. La selección de éstas en el total de la población se hizo de acuerdo con una tabla de números aleatorios.

5. PRUEBA DE LOS INSTRUMENTOS.

Elaborado el cuestionario y determinada la muestra se procedió a la aplicación de la prueba piloto para detectar fallas en el cuestionario.

Este cuestionario se aplicó a dos estaciones de servicio incorporadas a la FP que se encontraran fuera de la muestra determinada, detectándose preguntas con errores de redacción las cuales fueron reestructuradas, quedando el cuestionario de la siguiente manera :



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

SEMINARIO DE INVESTIGACION
DE LA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION



EL OBJETIVO DEL PRESENTE CUESTIONARIO ES EL DE OBTENER INFORMACION RELACIONADA CON LAS ESTACIONES DE SERVICIO, CON FINES ACADEMICOS. LA INFORMACION OBTENIDA SE TRATARA CONFIDENCIALMENTE. POR SU ATENCION Y COLABORACION GRACIAS.

DATOS DE LA ESTACION DE SERVICIO FRANQUICIADA.

NOMBRE: _____

CATEGORIA: 2 ESTRELLAS

 3 ESTRELLAS

FECHA DE INCORPORACION A LA
FRANQUICIA PEMEX: _____

DATOS DEL ENTREVISTADO.

NOMBRE: _____

EDAD: _____

ESCOLARIDAD: _____

PUESTO: _____

1. ¿ Conoce la diferencia entre las Estaciones de Servicio de 2 y 3 estrellas ?

SI
NO

Mencione 2 : _____

2. Considera que la nueva IMAGEN de su Estación de Servicio atrae a más clientes.

SI
NO

3. Brinda bienes y servicios complementarios.

SI (Pase a la siguiente pregunta)
NO (Pase a la pregunta núm. 7)

4. ¿ Qué bienes y servicios complementarios se prestan en su Estación de Servicio ?

Tienda de conveniencia.
 Máquinas expendedoras.
 Refacciones.
 Tarjetas de crédito.
 Vales de gasolina.
 Hielo.
 Otros. **Especifique:** _____

5. De los bienes y servicios complementarios, ¿ Cuáles son los que vende más ?
(Mencione 3 por lo menos, en orden de importancia)

1 _____
2 _____
3 _____

6. Se han incrementado sus ventas de gasolina y diesel debido al establecimiento de bienes y servicios complementarios.

SI
NO

¿ En qué porcentaje ?

10% 20% 30% 40% 50%
Otro

7. Numere en orden de importancia los elementos que más han atraído la atención de sus clientes.

Servicios complementarios.
 La imagen de las instalaciones.
 El mejoramiento en el servicio.
 La rapidez en el servicio.

8. ¿ Qué tipo de productos PEMEX (además de la gasolina y el diesel) se venden en su Estación de Servicio ? (Mencione 3 por lo menos, en orden de importancia)

1 _____
2 _____
3 _____

9. El que elija usted a sus proveedores de bienes y servicios es :
BUENO REGULAR MALO

10. El número de dispensarios en su Estación de Servicio es el suficiente para atender adecuadamente a sus clientes.

SI
NO

11. El mejoramiento en sus instalaciones ayuda al incremento en sus ventas de gasolina y diesel.

SI
NO

12. Ha recibido en su Estación de Servicio la supervisión de :

PEMEX
 EMPRESA AUTORIZADA POR PEMEX; NOMBRE: _____

13. Al incorporarse a la Franquicia PEMEX su número de empleados :

AUMENTO DISMINUYO ES EL MISMO

14. Recibieron capacitación sus despachadores.

SI ¿Cuánto tiempo? _____
NO

15. ¿ Funciona en la actualidad con financiamiento ?

SI Institución : _____
NO ¿ Por qué ? _____
NO SABE

16. La Estación de Servicio :

YA ESTABA ESTABLECIDA
ES NUEVA (Pase a la pregunta núm. 19)

17. ¿ Cuáles fueron los trámites para incorporarse a la Franquicia PEMEX ?

- Presentar solicitud.
- Anteproyecto
- Proyecto definitivo.
- Firmar el contrato de franquicia.
- Firmar el contrato de venta directa al público de combustibles y lubricantes marca PEMEX.
- Otros. **Especifique:** _____

18. ¿ Cuál fué su cuota de incorporación a la Franquicia PEMEX ?

N\$ 100 N\$ 1 000 N\$ 2 500 N\$ 5 000

19. ¿ En qué porcentaje ha aumentado la calidad y la rapidez en su servicio ?

0%-20% 20%-40% 40%-60% 60%-80% 80%-100%

20. Considera que el uso de los nuevos anuncios PEMEX mejora la imagen de su Estación de Servicio.

SI
NO

21. Señale las principales ventajas y desventajas que ha encontrado en la Franquicia PEMEX a partir de su incorporación.

VENTAJAS

DESVENTAJAS

22. PARA SER CONTESTADA POR ESTACIONES DE SERVICIO DE 3 ESTRELLAS.
Considera que es una ventaja ser una franquicia PEMEX de 3 Estrellas.

SI ¿Por qué ? _____
NO

Se tramitó en la Secretaría de Relaciones y Extensión Universitaria de la Facultad de Contaduría y Administración, una carta de presentación indicando el objetivo de la investigación para así evitar desconfianza por parte de el administrador o encargado de la estación de servicio incorporada a la FP.

6. LEVANTAMIENTO DE LOS DATOS.

El levantamiento de los datos consistió en la aplicación del cuestionario a la muestra determinada, para esta investigación el levantamiento de datos estaba programado para llevarse a cabo en tres semanas, pero se presentaron problemas al momento de aplicar el cuestionario, ya que en algunas estaciones de servicio se negaron a contestarlo, argumentando que:

- * No se encontraba la persona adecuada,
- * Vuelva mañana,
- * Necesita hablar con determinada persona la cual no se localizó.
- * No tengo tiempo, y
- * Deje el cuestionario y vuelva mañana.

El dejar el cuestionario significó estar dando vueltas para recogerlo, ocasionando pérdida de tiempo y por lo tanto, que la muestra determinada se modificara alargando el levantamiento de los datos a dos meses : mayo y junio.

Las 64 estaciones de servicio entrevistadas colaboraron amablemente proporcionando información adicional, enriqueciendo con esto la investigación.

7. TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS.

Una vez obtenidos los datos requeridos mediante el cuestionario, éstos se procesaron para elaborar el análisis final.

La tabulación de los datos fue de forma mecánica utilizando hojas tabulares, dando un valor numérico a cada respuesta de acuerdo a la pregunta. A las preguntas dicotómicas de SI y NO se les dio un valor de 1 y 2 respectivamente y a las preguntas de elección múltiple se les dieron valores numéricos del 1 hasta el número de opciones que tuviera cada pregunta tomándose cada pregunta por separado.

Las preguntas abiertas no se tabularon se utilizaron para la obtención de conclusiones.

El procesamiento de los datos en una tabulación ayuda a comprender la profundidad y la combinación de los datos recabados sin olvidar que una buena tabulación conlleva a una buena interpretación de los datos y por consecuencia de la investigación realizada.

8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y REDACCIÓN PRELIMINAR.

Procesados los datos se procedió a la interpretación de los mismos que consistió en un análisis individual de cada pregunta, es decir, tomar en cuenta el porcentaje de cada pregunta junto con sus alternativas de respuestas y los valores absolutos indicando las diferencias significativas para formular supuestos que explican hallazgos y factores que determinarían esas diferencias, para más adelante pasar a un análisis general, el cual consistió en agrupar las respuestas para comparar y evaluar la información sobre un mismo rubro y hacer la redacción al final de cada gráfica para así visualizar mejor los resultados de la investigación y concluir con un análisis dinámico que consistió en encontrar las conexiones entre fenómenos y explicar el problema estudiado.

Todo este análisis se hizo para buscar la aceptación o el rechazo de la hipótesis de trabajo y de los problemas a investigar cuyos resultados se presentan en las conclusiones al final de esta investigación.

La redacción preliminar de la investigación se realizó conforme se desarrollaba la investigación incluyendo las correcciones de la misma.

9. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.

La presentación de los resultados es la parte importante de la investigación ya que en ella, se presentaron las conclusiones a las que se llegó después del análisis de los datos.

Por ser ésta la parte final de la metodología a continuación se presenta el cronograma de la investigación con los tiempos estimados y reales por semana.

CRONOGRAMA DE INVESTIGACION (GRAFICA DE GANTT)

NUM	ACTIVIDAD	T	C	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
1.	Planeación de la investigación.	4	E	█	█	█			
		4	R	█	█	█			
2.	Recopilación de la información.	4	E		█	█	█		
		6	R		█	█	█		
3.	Diseño de instrumentos.	2	E			█			
		1	R			█			
4.	Diseño de la muestra.	1	E				█		
		1	R				█		
5.	Prueba de los instrumentos.	1	E					█	
		1	R					█	
6.	Levantamiento de los datos.	3	E				█	█	█
		8	R				█	█	█
7.	Tabulación y procesamiento de los datos.	2	E						█
		2	R						█
8.	Análisis de la información y redacción preliminar.	15	E		█	█	█	█	█
		18	R		█	█	█	█	█
9.	Presentación de los resultados.	2	E						█
		1	R						█

20

NOTA :

T = Tiempo por semana.

C = Control.

█ E = Tiempo estimado.

█ R = Tiempo real.

TOTAL DE SEMANAS = 22

CAPITULO II.

LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

1. CONCEPTO.
2. CARACTERÍSTICAS.
3. OBJETIVOS.
4. TIPOS.
5. REQUISITOS Y MANUAL DE FRANQUICIA.
6. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS.
7. ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.
8. CONTRATO Y MARCO JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.
9. GIROS.

PAGINACION VARIA

COMPLETA LA INFORMACION

CAPITULO II.

LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

1. CONCEPTO.
2. CARACTERÍSTICAS.
3. OBJETIVOS.
4. TIPOS.
5. REQUISITOS Y MANUAL DE FRANQUICIA.
6. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS.
7. ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.
8. CONTRATO Y MARCO JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.
9. GIROS.

CAPITULO II.

LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

En el presente capítulo se trata lo referente a las franquicias, desde sus conceptos, características, objetivos, tipos, requisitos, ventajas y desventajas, antecedentes en México, contrato de franquicia y marco jurídico de las franquicias en México hasta sus giros.

1. CONCEPTO.

El término franquicia no tiene una definición universalmente aceptada y en algunos países como México, este término es nuevo a pesar de lo cual los empresarios mexicanos están adquiriendo los conocimientos necesarios para consolidar este nuevo esquema de negocio. Todos los involucrados en una franquicia deben comprender este término, sobre todo lo referente a los objetivos de desarrollo.

El 27 de junio de 1991 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (D.O.) la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial que en su artículo 142 define en forma detallada el término franquicia, que dice:

" Existirá franquicia cuando con la licencia de uso de 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 ésta distingue ".

" Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se le pretenda conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta ley " (1)

Esta definición permite que las partes que constituyen una franquicia establezcan con más libertad las condiciones del convenio y que se proporcione información de la situación de la franquicia, para que el inversionista decida si desea comprar esa franquicia y hacer una buena inversión, evitando el adquirir una franquicia falsa o de papel.

1. HUERDO, Lange Juan, " Franquicias, la mesa está puesta "en Expansión, núm. 578, México, noviembre 13 de 1991, pp. 125 y 126.

Es necesario aclarar que en la franquicia existe una relación entre el otorgante de ésta que se le denomina: franquiciante, franquiciador, franqueador, empresa madre, proveedor, etc., y el adquirente o comprador que se le llama: franquiciatario, franquiriente, franquiciado, franquizado e inclusive concesionario.

En esta investigación se le denominará al otorgante: franquiciante y al adquirente: franquiciado.

Con esta aclaración podremos ahora conceptualizar el término franquicia, como una forma de hacer negocios que mezcla la comercialización de productos y servicios; concretando:

" La franquicia es un sistema o método de negocios en donde una de las partes denominada franquiciante, otorga a la otra denominada franquiciatario, la licencia para el uso de su marca y/o nombre comercial, así como sus conocimientos y experiencias (know-how), para la efectiva y consistente operación de un negocio ". (2)

Otro concepto de franquicia afirma:

" El concepto franquicia significa un contrato entre dos personas que origina una relación comercial permanente. La franquicia concede a una de las partes, denominada concesionario de franquicia, el derecho de vender o distribuir al por mayor bienes, servicios o mercancías que han sido fabricados, transformados, distribuidos al por mayor o (en caso de prestación de servicios) organizados y dirigidos por la otra persona, llamada otorgante de franquicia ". (3)

A la franquicia se le confunde con otros conceptos como: La concesión, la distribución y la licencia de uso de marca, es importante aclarar estos conceptos para comprender con más precisión el concepto de franquicia.

* La concesión es un acto administrativo reservado al Estado, de ahí que es indebido usar en una definición de franquicia la palabra concesionario. Definiendo, la concesión es un "privilegio que concede el gobierno para el aprovechamiento de riquezas naturales, ejecución de obras, explotación de servicios públicos, etc. " (4)

2. GONZÁLEZ, C., Enrique y Rodrigo, Franquicias: La Revolución de los 90, México, Mc Graw Hill, 1991, p. 23.

3. HERBERT, Gross y Walter Skaupy, Un secreto comercial: el Boom de los sistemas de franquicias, México, Anaya, 1970, p. 20.

4. READER'S DIGEST MEXICO, Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado, México, Mexicana, 1972, Tomo III, p. 837.

* La distribución es un contrato mercantil por medio del cual una persona que produce o distribuye bienes, le pide a otra que le ayude con ella en la venta de estos bienes o servicios y a cambio le entrega una contraprestación: descuento o comisión por la venta. La distribución pasó a ser un antecedente y no el fin último de la franquicia.

* La licencia de uso de marca se acerca a la franquicia porque contiene uno de los elementos de ésta (el uso de marca), pero no trae implícita la transferencia de tecnología, ésta es sólo uno de los objetivos del convenio.

* La franquicia involucra un sistema de comercialización con dos elementos: marca y tecnología (licencia de uso de marca y transferencia tecnológica sobre los sistemas de operación de bienes y servicios) sin olvidar que al adquirir una franquicia el franquiciante debe recibir una contraprestación llamada regalía (un porcentaje aplicado a las ventas mensuales) por parte del franquiciado, el cual para tener éxito debe recibir del franquiciante el apoyo necesario.

En resumen el concepto de franquicia que se usa en esta investigación es el siguiente:

La franquicia es un sistema de hacer negocios mediante un contrato, en el cual el franquiciante o titular de la marca y poseedor de unos productos o servicios originales; brinda al franquiciado mediante ciertas condiciones, el derecho de explotación de dichos productos o servicios bajo técnicas uniformes y experimentadas completamente probadas, a cambio del pago de regalías.

2. CARACTERÍSTICAS.

Las franquicias cuentan con ciertas características para cumplir como una estrategia inteligente de hacer negocio en la cual debe haber:

- Autorización para que el franquiciado opere bajo una marca y utilice un conjunto de sistemas de trabajo perteneciente al franquiciante.
- Facultad del franquiciado para disponer de un territorio o área para operar con exclusividad.
- Pagos al franquiciante a cambio de la marca y la tecnología prestados.
- Inversión asegurada por el franquiciado en su propio negocio.
- Derecho de propiedad por parte del franquiciado.
- Obligación del franquiciante de capacitar al franquiciado en las técnicas y métodos experimentados, al principio y durante la explotación del negocio.
- Necesidad de un control y asistencia permanente por parte del franquiciante.
- Existencia de un contrato detallado donde se estipulen los términos del convenio.
- Descentralización por parte del franquiciante dando al franquiciado amplia autonomía y agilidad recordándole a este último que el franquiciante es el que dicta las normas del negocio.

3. OBJETIVOS.

Conociendo las características de las franquicias podemos determinar sus objetivos principales que son:

- Analizar la compra de marcas y sus posibilidades de adaptación en el mercado para evitar pérdidas económicas.
- Garantizar que el nombre en cuestión sea una marca reconocida con un fuerte respaldo técnico y mercadológico.
- Atraer un número cada vez mayor de clientes.
- Abatir la competencia y dominar el mercado.
- Desarrollar a la franquicia como una estrategia de negocio y no como un método fácil de hacer dinero.
- Expandir el negocio a otros lugares promoviendo así la inversión.

4. TIPOS.

De acuerdo al país y el cómo se entienda el concepto de franquicia, habrá un sin fin de tipos o categorías de franquicias; en México las franquicias se resumen en los siguientes tipos: franquicia de producto y marca registrada, y franquicia de formato de negocio, las cuales se explican en seguida:

A. Franquicia de producto y marca registrada se concreta al otorgamiento por parte del franquiciante de una licencia para la venta de su producto y uso de la marca al franquiciado, convirtiéndolo en el proveedor exclusivo de los productos.

El franquiciado se compromete a comercializar en forma exclusiva los productos del franquiciante, sin embargo, el franquiciante puede distribuirlos en forma simultánea fuera de la red de franquicias y también respetar los límites territoriales en el otorgamiento de nuevas franquicias. Ejemplos de este tipo de franquicia pueden ser la industria embotelladora, agencias de automóviles y tiendas de ropa; más adelante éstas se pueden convertir en franquicias de formato de negocio.

B. Franquicia de formato de negocio ofrece al franquiciado no sólo la marca o nombre comercial del franquiciante, sino un sistema completo de negocios, es decir, pone en manos del franquiciado un sistema que incluye su nombre comercial o marca, sus conocimientos y experiencias en la operación del negocio, sus criterios y especificaciones para la construcción o adaptación del local, los parámetros y requisitos que deberá cumplir el franquiciado en la elección y contratación del personal, en la publicidad y promoción de la franquicia, en resumen todas las herramientas para conducir las riendas del negocio; en este tipo de franquicia el éxito se debe al sistema de operación, más que a la marca. Algunos ejemplos son: McDonald's, Tiendas Oxxo, Taco Inn, Lynni's, Multivideo, Videovisión, Videocentro, La Tablita, etc.

5. REQUISITOS Y MANUAL DE FRANQUICIA.

Es importante mencionar algunos de los requisitos que deben cumplir tanto el franquiciante como el franquiciado para tener una visión más amplia de lo que se necesita para pertenecer a esta forma de hacer negocio y la importancia de seguir los procedimientos con ayuda del manual de franquicia.

A. REQUISITOS.

a. Requisitos para el franquiciante:

- "Correcta planeación del sistema.
- Unidad piloto para la implantación, puesta a prueba y lanzamiento del concepto.
- Rentabilidad suficiente para generar lucro entre los franquiciados.
- Diferenciación de los sistemas operativos y de mercadotecnia, respecto a la competencia.
- Manual de operaciones". (5)
- Tener un panorama claro de las franquicias.
- Tener una marca con fuerza y debidamente registrada así como los documentos legales que respalden las estrategias.
- Realizar estudios permanentes de la competencia.
- Tener buenas relaciones con proveedores.

5. VERNON, John M., " Llegaron las franquicias " en Expansión, núm. 554, México, noviembre 21 de 1990, p. 131.

b. Requisitos para el franquiciado:

- "Disposición para desarrollar un negocio bajo la observancia de otros.
- Confianza en la empresa franquiciante.
- Capacidad para formar con ella una especie de matrimonio.
- Liderazgo y cualidades gerenciales.
- Capacidad de inversión (propia, en sociedad o con crédito).
- Seguir las indicaciones del manual de operación. (6)
- Cumplir con las cualidades de habilidad, experiencia laboral y entrenamiento; motivación; estabilidad personal e interés en el tipo de negocio.

B. MANUAL DE FRANQUICIA.

Para desarrollar de manera efectiva un negocio bajo el sistema de franquicias, los franquiciantes deben desarrollar procedimientos y métodos, los cuales deben seguirse con facilidad, es decir, un manual de operaciones que contenga los lineamientos básicos del negocio, el cual siempre llevará el franquiciado consigo proporcionándole la información para abrir de manera exitosa su empresa y darle mantenimiento a la misma.

La redacción de un manual es muy difícil, pero éste carece de valor para los franquiciados, debido a que la mayoría no han sido dueños de ningún negocio de este tipo, por ende su experiencia es poca o nula.

Los elementos que debe contener un manual dependen del tipo de negocio, por lo general consta de:

1. Un plan que señale la manera de operar el negocio, como: comprar inventarios, saludar al cliente, compensar a los empleados, expandir el negocio, etc.
2. Respuestas a las preguntas más comunes, por ejemplo:
¿ Cómo actuar si decaen las ventas ?, ¿ Dónde puedo encontrar empleados de calidad ?, ¿ A quién acudo en caso de tener problemas con el equipo ?, etc.
3. Información para acatar las leyes federales y estatales relacionadas con la operación del negocio, por ejemplo: informar sobre la nómina, el impuesto sobre la renta, reglamentos, etc.

6. VERNON, John M., " Llegaron las franquicias ", en Expansión, núm. 554, México, noviembre 21 de 1990, p. 131.

6. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS.

Las franquicias también cuentan con sus ventajas y desventajas las cuales se deben analizar y evaluar antes de vender o comprar una.

A. VENTAJAS.

- Se cuenta con una estructura organizacional, tecnológica y mercadológica, que da competitividad.
- Se compra un negocio con éxito comprobado con reconocimiento en el mercado de una marca o nombre comercial.
- Es un negocio ya hecho, completo y no se necesita de meses o años para mejorar el producto o servicio que se ofrece.
- Se pueden comprar los insumos sin importar la cantidad obteniendo descuentos por parte de los proveedores y se tiene acceso a campañas publicitarias inteligentes; regionales o nacionales originadas por el franquiciante o el (los) franquiciado (s) por medio de las regalías publicitarias.
- Asistencia profesional y apoyo constante en cuanto a estudios de mercado, instalación de la tienda, desarrollo de nuevos productos o servicios y técnicas de promoción, operación y desarrollo.
- La sinergia generada por los franquiciados se convierte en parte de un todo que equivale a más de la simple suma de las partes, teniendo acceso a tecnología de optimización antes disponible para las grandes empresas. Y tener la sensación de pertenecer a la familia que forma el sistema.
- La curva de aprendizaje de un franquiciado con su nuevo negocio es muy reducida comparada con otros empresarios independientes.
- Posibilidad de expandir y penetrar en el mercado a velocidades inaccesibles.
- Capacitación y adiestramiento a los franquiciados y a su personal.

B. DESVENTAJAS.

- Este sistema es funcional pero no da la oportunidad a nuevos empresarios con recursos limitados.
- La pérdida de independencia por parte del franquiciado debido a la tecnología o los conocimientos que conforman el negocio suelen convertirse en una atadura.
- La capacidad de crear nuevos productos que representan una pérdida de oportunidades.
- El valor económico que tiene el obtener un negocio ya probado con un pago inicial y las regalías a cambio del apoyo y los conocimientos recibidos.
- Las compras y las ventas del negocio, estipuladas en el contrato de franquicia se sujetan a la autorización del franquiciante .
- La compra de productos debe ser con un proveedor específico con el fin de seguir los estándares de operación y preservar la calidad de los productos o servicios.
- Los aciertos o errores del franquiciante estarán relacionados con los resultados obtenidos del franquiciado.

7. ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

En México las franquicias adquieren importancia en la década de los 80's, ya que en esta época ingresa al país la franquicia de McDonald's abriendo con esto las puertas al mercado mexicano a otras franquicias extranjeras.

En 1982 se realizan los trámites para que la franquicia McDonald's se integre al mercado mexicano, dichos trámites tuvieron algunos contratiempos y para su aprobación las autoridades necesitaron comprender el término franquicia y las diferencias básicas con otros tipos de contratos. Además de que el contrato de franquicia era muy voluminoso y las autoridades estaban acostumbradas a estudiar "contratos de licencia de marca o de asistencia técnica que no tenían más de 15 cuartillas".(7)

7. GONZÁLEZ, C., Enrique y Rodrigo, Franquicias: La Revolución de los 90, México, Mc Graw Hill, 1991, p. 59.

B. DESVENTAJAS.

- Este sistema es funcional pero no da la oportunidad a nuevos empresarios con recursos limitados.
- La pérdida de independencia por parte del franquiciado debido a la tecnología o los conocimientos que conforman el negocio suelen convertirse en una atadura.
- La capacidad de crear nuevos productos que representan una pérdida de oportunidades.
- El valor económico que tiene el obtener un negocio ya probado con un pago inicial y las regalías a cambio del apoyo y los conocimientos recibidos.
- Las compras y las ventas del negocio, estipuladas en el contrato de franquicia se sujetan a la autorización del franquiciante .
- La compra de productos debe ser con un proveedor específico con el fin de seguir los estándares de operación y preservar la calidad de los productos o servicios.
- Los aciertos o errores del franquiciante estarán relacionados con los resultados obtenidos del franquiciado.

7. ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

En México las franquicias adquieren importancia en la década de los 80's, ya que en esta época ingresa al país la franquicia de McDonald's abriendo con esto las puertas al mercado mexicano a otras franquicias extranjeras.

En 1982 se realizan los trámites para que la franquicia McDonald's se integre al mercado mexicano, dichos trámites tuvieron algunos contratiempos y para su aprobación las autoridades necesitaron comprender el término franquicia y las diferencias básicas con otros tipos de contratos. Además de que el contrato de franquicia era muy voluminoso y las autoridades estaban acostumbradas a estudiar "contratos de licencia de marca o de asistencia técnica que no tenían más de 15 cuartillas".(7)

7. GONZÁLEZ, C., Enrique y Rodrigo, Franquicias: La Revolución de los 90, México, Mc Graw Hill, 1991, p. 59.

Para 1985 McDonald's abre sus primeras unidades en las Ciudades de México y Monterrey. En 1988 el desarrollo de las franquicias en México despierta el interés de la Asociación Internacional de Franquicias, enviando a Enrique González Calvillo como representante especial para que más adelante junto con las autoridades mexicanas analicen las disposiciones legales y adopten disposiciones menos restrictivas y más adecuadas que las dictadas en la Ley de tecnología.

El 16 de junio de 1988 se realizó en Guadalajara la primera Conferencia sobre Franquicias en México y debido a su éxito despertó el interés de crear una Asociación de Franquicias.

El mismo año se presenta un número ilimitado de franquicias en su mayoría estadounidenses y por esto se sostiene " que la primera edad en el desarrollo de la franquicia en México se caracterizó por la importación de franquicias; y la segunda y tercera edades se caracterizan, respectivamente por el desarrollo de franquicias mexicanas y de exportación". (8)

A finales de 1988 se concibe la iniciativa de crear la Asociación Mexicana de Franquicias, A.C., quedando constituida en 1989, con el propósito de difundir, promover y consolidar el desarrollo de franquicias dentro de la República Mexicana.

A partir de 1989 se realiza la primera Conferencia Internacional de Franquicias en México, así como, la primera Feria de Oportunidades de Franquicias en México, dando como resultado que algunas compañías firmaran contratos e iniciaran operaciones en México, como fue el caso de "AlphaGraphics, Rent A Car, Super 8 Motels, Days Inn y Hard Rock Café". (9)

También en 1989 comienza la desregularización total de la economía bajo la administración del Presidente Carlos Salinas de Gortari pero los cambios regulatorios más importantes se dieron hasta 1990 cuando se publica el Reglamento de Transferencia de Tecnología sustituido por el actual Reglamento de la Propiedad Industrial (D.O. 23 de noviembre de 1991). En el cual se resolvería en forma total y definitiva la incertidumbre que existía en cuanto a la aprobación y registro de contratos de franquicias en México.

8. GONZÁLEZ, C., Enrique y Rodrigo, Franquicias: La Revolución de los 90, México, Mc Graw Hill, 1991, p. 59.

9. GONZÁLEZ, C., Enrique y Rodrigo, Franquicias: La Revolución de los 90, México, Mc Graw Hill, 1991, p. 63.

Para 1990 y principios de 1991 se da un explosivo crecimiento de franquicias extranjeras en su mayoría estadounidenses y en un menor número franquicias "canadienses, asiáticas, francesas, británicas, españolas, italianas, brasileñas y desde luego mexicanas" (10), como: La Mansión, La Tablita y Club de precios que se enfrentaban a: Sumbay, Athlete's Foot, Holiday Inn, Sing Express, Blockbuster, Burger King, Wendy's, Chili's, Domino's Pizza, Kwik-Kopy y Century 21.

En 1991 se publica la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial quedando abrogada la Ley de Transferencia de Tecnología, y a pesar de tener un marco legal muy joven y general, en México las franquicias han tenido un gran éxito.

Desde 1991 y hasta 1994 la entrada de muchas franquicias extranjeras trajo consigo que algunos empresarios mexicanos decidieran expandir su negocio bajo un sistema de franquicias mal planeado y por tal motivo ahora se enfrentan a algunos problemas, ignorando: ¿Cómo apoyar y controlar a sus franquiciados?, ¿Cómo promover y otorgar franquicias para acrecentar su sistema? entre otros. Pero aún así las franquicias mexicanas han superado en número a las extranjeras y muchas incluso ya llegaron a la exportación de sus franquicias.

8. CONTRATO Y MARCO JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

Hay que comprender las disposiciones legales de la franquicia sin olvidar que ésta es una relación jurídica y por lo tanto cuenta con un contrato regido por una legislación mexicana y su reglamento.

A. CONTRATO DE FRANQUICIA.

Se ha mencionado que la franquicia cuenta con un contrato en el cual se estipulan todas las condiciones necesarias por ambas partes para la buena operación del negocio.

10.HOPE, María, " Franquicias, ahora es cuando " en Expansión, núm. 565, México, mayo 15 de 1991, p. 36.

El contrato es el instrumento legal que rige la operación de un negocio franquiciado y podemos definirlo como:

" un conjunto de obligaciones recíprocas permanentes por el cual el otorgante de franquicia concede al concesionario, comerciante o empresario independiente, contra pago de una cuota, el hecho de vender ciertos productos y/o servicios utilizando el nombre, marca registrada, equipo, patentes, experiencia técnica y comercial del otorgante, y aplicando los métodos de organización y publicidad establecidos por el otorgante, en el cual este último presta al concesionario ayuda, consejo y formación, reservándose el derecho de control ". (11)

Una definición más clara es que el contrato de franquicia es un documento redactado y preparado por el franquiciante, en el que se fijan los derechos y las obligaciones a que se someten ambas partes, tanto el mismo franquiciante como el franquiciado que firman; por lo tanto aceptan voluntariamente las cláusulas en él contempladas.

Un contrato de franquicia debe cumplir con ciertas características para que beneficie a las partes y debe ser:

- Redactado con responsabilidad minimizando las probabilidades de fracaso .
- Justo para ambas partes.
- Claro y legible para evitar confusiones.
- Sencillo y uniforme, con estándares de operación y Protección para ambas partes.

Una vez conocidas las características de los contratos se pueden añadir los elementos contenidos en éste, aclarando que estos elementos son típicos en un contrato de esta especie y suelen variar de acuerdo al tipo o giro de franquicia.

11. HERBERT, Gross y Walter Skaupy, Un secreto comercial: el Boom de los sistemas de franquicias, México, Anaya, 1970, p. 170.

Contenido:

Considerandos

Objeto, licencia del sistema (marca o nombre comercial)

Plazos o vigencia del contrato

Obligaciones del franquiciante

Contraprestaciones del negocio franquiciado (Pago de regalías)

Marcas

Manuales

Información confidencial (no divulgación a terceros)

Publicidad

Contabilidad y archivos

Seguros

Transmisiones y gravámenes

Incumplimiento y terminación

Obligaciones en caso de terminación o vencimiento (acuerdo de no competir)

Impuestos y permisos

Independencia de los contratantes e indemnización

Autorizaciones, notificaciones, renunciaciones, recursos acumulables

Fuerza mayor

Integridad del contrato

Modificaciones, encabezados

Ley aplicable, jurisdicción

Registros

B. MARCO JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO.

En 1990 se establece un marco jurídico para legalizar las franquicias en México, por medio de la Ley de Transferencia de Tecnología que es la versión modificada de la Ley de uso de marcas o transferencia tecnológica de 1982, la cual resultaba sumamente limitante, la ley de 1982 controlaba la tecnología importada y frenaba a los franquiciantes extranjeros, mejorando la posición de los franquiciados mexicanos, "en este caso el término tecnología se refiere: a marcas comerciales y patentes, asistencia técnica, fórmulas, conocimientos técnicos y certificados de inventos". (12)

La Ley de transferencia de tecnología intentaba corregir algunas de las deficiencias de la ley de 1982, pero sin quitarle a las franquicias mexicanas todos sus derechos y privilegios.

En toda operación las regulaciones y las leyes tienen una participación muy importante por tal motivo, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial por medio del Registro Nacional de Transferencia y Tecnología, publica el 27 de junio de 1991 la Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial que tiene como objetivos los siguientes:

- "Establecer las bases para que las autoridades industriales y comerciales del país tengan un sistema de permanente perfeccionamiento, en cuanto a sus procesos y productos.
- "Proteger la propiedad industrial y prevenir los actos que atenten contra éstas o que constituyan competencia desleal, estableciendo las sanciones y penas correspondientes". (13)

Para efectos de esta ley y el reglamento de la misma se entenderá por:

Ley: a la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial.

Reglamento: al Reglamento de la Ley de la Protección Industrial.

Secretaría: a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

-
12. VERNON, John M., "Franquicias, the yankees are coming " en Expansión, núm. 554, México, noviembre 21 de 1990, p. 124.
13. HUERDO, Lange Juan, "Franquicias, la mesa está puesta " en Expansión, núm. 578, México, noviembre 13 de 1991, p. 125.

Esta Ley trata todo lo referente a las franquicias en el Capítulo VI, en los artículos 136 al 142 que se transcriben a continuación:

"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 solicite 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 marca, y
- 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 que los fabricados o prestados por el titular de la marca. Además, esos productos o el establecimiento en donde se presten o contraten los servicios, deberán, indicar el nombre del usuario y demás datos que prevenga el reglamento de esta Ley.

"ARTICULO 140.- El usuario a que se le haya concedido una licencia que se encuentre inscrita en la Secretaría, salvo estipulación en contrario, tendrá la facultad de ejercitar las acciones legales tendientes a impedir la falsificación, imitación 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, 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 la 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 ésta distingue.

"Quien conceda una franquicia deberá presentar a quien se la pretenda conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta Ley". (14)

El 23 de noviembre de 1994 se publica en el Diario Oficial el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, que menciona en los artículos 64 y 65, todo lo referente al Derecho de Propiedad Industrial o Franquicia que se transcriben a continuación:

"ARTICULO 64.- Los productos que se vendan o el establecimiento en donde se presten servicios a los que se aplique una marca registrada, bajo licencia o franquicia, deberá indicar, además del señalado en el artículo 139 de la ley, los siguientes datos:

- I. Nombre y domicilio del titular de la marca registrada;
- II. Nombre y domicilio del licenciataria de la marca o del franquiciatario, y
- III. El uso bajo licencia de la marca registrada.

"ARTICULO 65 .- Para los efectos del artículo 142 de la ley, el titular de la franquicia deberá proporcionar a los interesados previa celebración del convenio respectivo, por lo menos, la siguiente información técnica, económica y financiera:

- I. Nombre, denominación o razón social, domicilio y nacionalidad del franquiciante;
- II. Descripción de la franquicia;
- III. Antigüedad de la empresa franquiciante de origen y, en su caso, franquiciante maestro en el negocio objeto de la franquicia;
- IV. Derechos de propiedad intelectual que involucra la franquicia;
- V. Montos y conceptos de los pagos que el franquiciatario debe cubrir al franquiciante;
- VI. Tipos de asistencia técnica y servicios que el franquiciante debe proporcionar al franquiciatario

14. SECOFI, Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial en: Diario Oficial de la Federación, México, junio 27 de 1991, pp. 19 y 20.

- VII. Definición de la zona territorial de operación de la negociación que explote la franquicia;
- VIII. Derecho del franquiciatario a conceder o no subfranquicias a terceros y, en su caso, los requisitos que deba cubrir para hacerlo;
- IX. Obligaciones del franquiciatario respecto de la información de tipo confidencial que le proporcione el franquiciante, y
- X. En general las obligaciones y derechos del franquiciatario que deriven de la celebración del contrato de franquicia".(15)

El objetivo de este Reglamento es el de normar la presente Ley, mediante términos y condiciones más claros para poder desarrollar las franquicias en México.

Como resultado del nuevo marco jurídico se han incrementado en un gran número las franquicias tanto mexicanas como extranjeras.

9. GIROS.

Cuando se habla de negocios franquiciados o de franquicias, se está hablando de los establecimientos que en sus muy variados giros operan bajo algún tipo de franquicia. De acuerdo a la Asociación Mexicana de Franquicias en México hay 69 giros en total, que participan en el sector de franquicia.

En el caso de franquicias mexicanas algunos de estos giros son:

GIROS	EJEMPLOS
ALIMENTOS:	
Comida rápida	OUCHI, BRAVO'S PIZZA, CAESAR'S PIZZA
Restaurantes	PIZZA DEL REY WING'S LA TABLITA, LAS FLAUTAS, EL FOGONCITO LYNNI'S TACO INN

15. SECOFI, Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial en: Diario Oficial de la Federación, México, noviembre 23 de 1994, p. 45.

<u>GIROS</u>	<u>EJEMPLOS</u>
Comida europea	JAC & RAY
Comida japonesa	IBARAKI
Hamburguesas	BURGER BOY, CHAZZ
Pollo	CHICKEN EXPRESS, EL POLLO LOCO
Panadería	LA BOUTIQUE DEL PAN
HELADOS Y PRODUCTOS CONGELADOS	BING, DRIM, HAWAIIAN SURPRISE, HOLANDA, MR. FROSTY FROZZ S.A. C.V.
ARTÍCULOS Y COMPONENTES ELÉCTRICOS	STEREN
DISTRIBUCIÓN DE AGUA DE MESA EMBOTELLADA	AGUA DE MESA JUNGHANNS
EMBOTELLADORA	AQUA NOVA
INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	FRANQUICIA ROC
MINI SUPER (24 HORAS) TIENDA DE CONVENIENCIA*	OXXO
ÓPTICA	ÓPTICAS DEVLIN
INDUSTRIA DEL VESTIDO	JUVEN'S Y CATIMI
BOUTIQUE	IKER
ROPA PARA DAMA	JULIO
ROPA DE MODA	ASPASIA/MARTHA RIESTRA
ROPA PARA CABALLERO	D'PAUL

* Tienda de conveniencia: es un establecimiento comercial estratégicamente ubicado, que ofrece a quien se encuentra o transita cerca de ella una amplia variedad de productos de consumo, de uso diario frecuente todos los días del año, se caracteriza por brindar un servicio rápido así como un ambiente agradable.

<u>GIROS</u>	<u>EJEMPLOS</u>
ROPA Y CALZADO	DOMIT
VENTA DE AUTOPARTES	REFACCIONARIA CALIFORNIA
CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL	BABY GYM
CENTRO DE DIVERSIÓN FAMILIAR	DIVERSIONES MOY
CENTRO DE COPIADO	COPIROYAL
IMPRESA Y EDITORIAL	ROTULAR'T
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	PSIGNAL
RENTA DE VIDEOCASSETES	MACRO VIDEOCENTRO, MULTIVIDEO, VIDEOCENTRO, VIDEOVISIÓN

Cuando se habla de franquicias extranjeras se pueden mencionar algunos ejemplos como:

<u>GIRO</u>	<u>EJEMPLO</u>	<u>PAÍS DE ORIGEN</u>
ALIMENTOS		
Hamburguesas	SUMBAY	ESTADOS UNIDOS
	MCDONALD'S	ESTADOS UNIDOS
Restaurantes	SHAKEY'S PIZZA-POLLO	ESTADOS UNIDOS
ARTÍCULOS DE GOLF	GOLF USA INC.	ESTADOS UNIDOS
BIENES RAÍCES	CENTURY 21	ESTADOS UNIDOS
IMPRESA Y EDITORIAL	ALPHAGRAPHICS	ESTADOS UNIDOS
	IMPRESA DEL FUTURO	
ROPA Y CALZADO DEPORTIVO	THE ATHLETE'S FOOT	ESTADOS UNIDOS
TINTORERÍA Y LAVANDERÍA	DRY CLEAN USA	ESTADOS UNIDOS
EJERCICIOS PARA LA SALUD	INCH BY INCH	BÉLGICA

<u>GIRO</u>	<u>EJEMPLO</u>	<u>PAÍS DE ORIGEN</u>
HELADOS Y PRODUCTOS CONGELADOS	MOVEN PICK	SUIZA
PRENDAS DE VESTIR	DANIEL HECHTER	FRANCIA
	LAURA ASHLEY	INGLATERRA

También se presentan en México franquicias mixtas, es decir, franquicias que contienen capital mexicano y extranjero, como es el caso de :

<u>GIROS</u>	<u>EJEMPLOS</u>
HOTELES	MISIÓN PARK INTERNATIONAL
Franquicia con capital Mexicano y Estadounidense.	
INDUSTRIA DEL VESTIDO	JUVEN'S Y CATIMI
Franquicia con capital Mexicano y Francés.	

Como consecuencia del gran éxito que han tenido las franquicias en nuestro país, PETRÓLEOS MEXICANOS (PEMEX) decide crear un Programa de Modernización de Estaciones de Servicio para las gasolineras; siguiendo el mismo esquema que las franquicias otorgadas entre particulares. En el siguiente capítulo se analiza el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio y sus resultados.

CAPITULO III.

PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO

1. PEMEX - REFINACIÓN.
2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO.
3. CONCEPTO.
4. OBJETIVOS Y MANUAL DE LA FRANQUICIA PEMEX.
5. FINANCIAMIENTO.
6. PROGRAMA SIMPLIFICADO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO.
7. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FRANQUICIA PEMEX.
8. ANTECEDENTES DE LA FRANQUICIA PEMEX.
9. CONTRATOS Y MARCO JURÍDICO DE LA FRANQUICIA PEMEX.
10. SITUACIÓN ACTUAL DE LA FRANQUICIA PEMEX.

CAPITULO III.

PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO.

El presente capítulo se refiere al análisis del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio y su herramienta comercial, la Franquicia Pemex, este análisis va desde ¿ Qué es Pemex - Refinación ?; los objetivos del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio; su concepto; sus objetivos y el manual de la Franquicia Pemex; el financiamiento; el Programa Simplificado para el Establecimiento de Nuevas Estaciones de Servicio; las ventajas y desventajas de la Franquicia Pemex; sus antecedentes; el marco jurídico y contratos hasta la situación actual de la Franquicia Pemex.

1. PEMEX - REFINACIÓN.

Petróleos Mexicanos (Pemex) para cumplir con la Modernización de la Empresa Pública crea por decreto el 16 de julio de 1992 cuatro órganos subsidiarios: Pemex - Explotación y Producción; Pemex - Petroquímica; Pemex - Gas y Petroquímica básica y Pemex - Refinación; a partir de marzo de 1994 se agrega un quinto órgano subsidiario, la Dirección Cooperativa de Administración quedando Pemex dividido en cinco partes. Pemex - Refinación es un órgano descentralizado subsidiario de Petróleos Mexicanos con personalidad jurídica y patrimonios propios, cuya función básica es elaborar los combustibles que sirven al desarrollo del país. Tiene una capacidad aproximada de refinación de petróleo de 1 667 200 barriles diarios en sus seis refinerías.(1)

Pemex - Refinación elabora productos de alta calidad cumpliendo con las normas ecológicas para beneficio de la sociedad y además establece el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio atendiendo en forma primordial las necesidades ecológicas. " Lo que busca Pemex es tener estaciones de servicio de buena calidad, a la altura de las mejores del mundo" (2) con uniformidad, evitando que éstas se vean parchadas, debiendo ser atractivas, limpias y modernas, con gran cantidad de productos nacionales e importados permitiendo dentro de las normas, la instalación de servicios complementarios, generando así el nuevo concepto de empresario gasolinero.

-
1. PETRÓLEOS MEXICANOS, "El franquiciante" en Un factor ante el cambio, México, PEMEX, 1992, p. 2.
 2. ORTEGA, Pizarro Fernando, " Gracias a las franquicias, ya está presente aquí el American Way of Life ", en Proceso, núm. 824, México, agosto 17 de 1992, p. 19.

2. OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO.

Para cumplir con el cambio en materia comercial Pemex - Refinación determina que los objetivos del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio son:

- Garantizar seguridad total a los usuarios y a la población mediante requerimientos técnicos establecidos como: instalación de válvulas de corte rápido, existencia de extintores, conexiones de tierra, etc., además " se hace exigible la elaboración de planes de contingencia con prácticas de evaluación y contra incendios, específicos para cada estación de servicio, así como el conocimiento del reglamento de seguridad y operación vigente". (3)
- Apoyar todas las acciones en materia de Preservación del Medio Ambiente; las normas para garantizar la emisión de contaminantes, es decir, incorporar la tecnología mediante el sistema de recuperación de vapores así como los tanques de doble pared que contendrá un sistema de monitoreo de fugas, que evitará derrames, impidiendo así la contaminación del subsuelo.
- Proporcionar el establecimiento de nuevas estaciones de servicio satisfaciendo la demanda nacional; mejorar y diversificar la calidad en el servicio incorporando servicios adicionales para el público usuario.
- Fortalecer la imagen institucional de Petróleos Mexicanos y de las estaciones de servicio dentro de su área de influencia.

Para el logro de estos objetivos Pemex - Refinación ha desarrollado un moderno sistema de comercialización, la Franquicia Pemex.

3. CONCEPTO.

El 18 de Marzo de 1992 el Director General de Pemex anuncia la Franquicia Pemex, definida " como el sistema por el cual Pemex pone al alcance de las Estaciones de Servicio los medios para desarrollar y diversificar su actividad comercial, mejorar sus instalaciones y equipo, incrementar sus ganancias y elevar la calidad del servicio". (4)

3. PETRÓLEOS MEXICANOS, " Programa de franquicias", en Perspectiva, núm. 2, México, febrero de 1993, p. 8.

4. PETRÓLEOS MEXICANOS, "Marco conceptual", en Franquicias un factor ante el cambio, PEMEX, México, 1994.

También la Franquicia Pemex (FP) autoriza a los propietarios de estaciones de servicio expandir a nombre de Pemex - Refinación sus productos petrolíferos, utilizando su imagen corporativa.

Entiéndase a la Estación de Servicio como: "un establecimiento destinado para la venta al menudeo de gasolinas y diesel al público en general, suministrándolos directamente de depósitos confinados a los tanques de los vehículos automotores, así como de aceites y grasas lubricantes al menudeo". (5)

Con el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio Pemex - Refinación desea la expansión de la red de distribución, es decir, de las estaciones de servicio, autorizando la construcción de éstas en todo el territorio nacional a través de sus centros de trabajo (Anexo 1).*

Se puede decir que la FP tiene un carácter social que no pretende el lucro económico del franquiciante y además es la única franquicia que en vez de cobrar regalías al franquiciado, le otorga ganancias adicionales, optimizando la operación de la estación de servicio en favor de los usuarios y de su propietario sin considerar la exclusividad y territorialidad del mercado.

En la FP intervienen:

El franquiciante que es Petróleos Mexicanos, es decir, Pemex - Refinación y

El franquiciado que es el empresario gasolinero, es decir, el propietario de la estación de servicio.

5. PETRÓLEOS MEXICANOS, "Introducción", en Especificaciones Generales para Proyecto y Construcción de Estaciones de Servicio, México, 1992, p. 3.

* Cabe aclarar que al hablar de la Franquicia Pemex (FP) se está hablando del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.

El franquiciado es el protagonista de la FP, el cual al incorporarse al programa se hace acreedor a todos los beneficios que le brinda la franquicia, ya que la demanda nacional de petrolíferos y la factibilidad de la estación de servicio hacen posible la venta de bienes y/o servicios complementarios. Estos servicios complementarios se regulaban bajo el Programa de Subfranquicias el cual desaparece en 1994 denominando a los subfranquiciados; proveedores. Los proveedores son empresas que ofrecen sus bienes y servicios al franquiciado debiendo cumplir con las normas de calidad señaladas por Pemex - Refinación, como por ejemplo:

Norma Oficial Mexicana (NOM)
Norma Oficial Internacional de Canadá.
Norma Oficial del Instituto Mexicano del Petróleo.

Ahora el franquiciado puede escoger los bienes y servicios que se adecuen a su estación de servicio, los cuales se clasifican en básicos y complementarios.

A) Los básicos son aquellos bienes y servicios elementales para la estación de servicio como: Dispensarios de gasolina (bomba), tanques de almacenamiento (de doble pared), tuberías de doble pared, sistemas de recuperación de vapores, sistemas de medición, detección de fugas y control de inventarios, equipos periféricos, imagen institucional (faldones e iluminación), entre otros relacionados con la operación de la misma.

B) Los complementarios son los bienes o servicios susceptibles de comercializar en la estación de servicio, los cuales generan ingresos como: Tiendas de conveniencia, expendios de comida rápida, máquinas expendedoras de bebidas, alimentos empaquetados y otros productos, refacciones, aditivos, cosméticos para el automóvil, llantas, baterías, tarjetas de crédito y vales de gasolina, hielo y agua purificada, señalamientos, pintura y recubrimientos, dispensarios de agua y aire, equipos y sistemas de administración entre otros.

En lo relativo a las tiendas de conveniencia se deben tomar en cuenta las políticas para su operación señaladas por Pemex - Refinación las cuales son:

SEGURIDAD.

Todas las instalaciones que requieran la tienda se deben sujetar a las "Especificaciones para Proyectos y Construcción de Estaciones de Servicio", emitidas por Pemex - Refinación, además de las normas que le sean aplicables, establecidas por las autoridades de la zona donde se ubique la estación.

OPERACIÓN COMERCIAL.

La venta de productos dentro de la tienda de conveniencia queda a criterio y libertad del proveedor de bienes y servicios o en su caso de quien la opere, siempre y cuando no contravenga las disposiciones legales y normativas de la zona donde se ubique la estación de servicio.

No se permite la comercialización de productos que compitan con los elaborados por Pemex - Refinación u Organismos Subsidiarios.

La comercialización de bebidas alcohólicas en la tienda de conveniencia deberá efectuarse de acuerdo con la reglamentación de donde se ubique la estación de servicio.

IMAGEN.

Los exteriores de la tienda incluyendo faldón y marquesina, se deben sujetar a los "Lineamientos para la Aplicación de Normas de Identidad de Estaciones de Servicio Incorporadas al Sistema de Franquicias" que complementan las "Especificaciones para el Establecimiento de la Imagen e Identidad Institucional de Petróleos Mexicanos en Estaciones de Servicio"(capítulo 5 de las Especificaciones para Proyecto y Construcción de Estaciones de Servicio).

ANUNCIOS PUBLICITARIOS.

En cuanto a la colocación de anuncios publicitarios en la tienda, se deben observar las normas emitidas por Pemex - Refinación y por las autoridades correspondientes, debiéndose observar, además lo siguiente:

No se autorizará la publicidad de productos que compitan con los elaborados por Petróleos Mexicanos, subsidiarias, filiales, o asociados, o que lleven la marca Pemex.

COMPAÑÍAS PETROLERAS.

Pemex - Refinación se reserva el derecho de aceptar en la Franquicia los productos o servicios de compañías petroleras distintas a Petróleos Mexicanos, y en todo caso, su promoción y comercialización deberá sujetarse a las normas específicas.

4. OBJETIVOS Y MANUAL DE LA FRANQUICIA PEMEX.

Es necesario conocer los objetivos de la FP para determinar el actuar del franquiciado, además de seguir el manual al pie de la letra para obtener los beneficios de la FP.

A) OBJETIVOS.

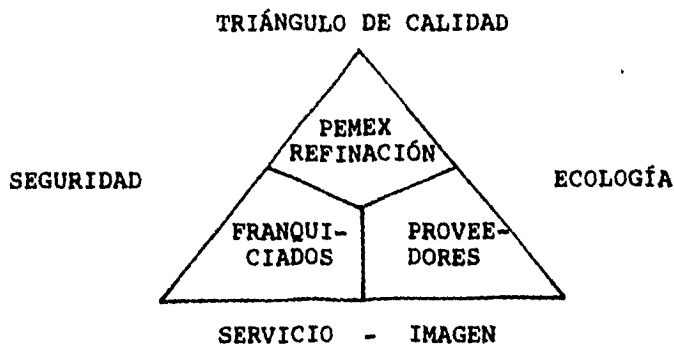
Los objetivos que la FP pretende cumplir, son los siguientes:

- Mejorar las instalaciones y equipos de la estación de servicio.
- Apoyar las políticas ecológicas de las autoridades competentes.
- Procurar el cumplimiento de las normas que exige Pemex en materia técnica, ecológica, de seguridad y operación, con base en los estrictos principios internacionales de aplicación.
- Ampliar y superar los servicios que se ofrecen al usuario.
- Desarrollar la capacidad empresarial del franquiciado.
- Incrementar la rentabilidad de la estación de servicio franquiciada al establecer otros negocios complementarios.

La FP tiene una gran trascendencia para el país porque:

- Fomenta una cultura de calidad entre el sector gasolinero.
- Promueve la conciencia social de acuerdo con los objetivos del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio.
- Promueve el establecimiento de nuevos negocios fortaleciendo el proceso económico y la creación de nuevas fuentes de empleo así como la actividad comercial derivada del incremento de las transacciones y negocios.
- Apoya el esfuerzo del Gobierno Federal en la tarea de coordinación territorial y desconcentración económica, haciendo crecer a las pequeñas y medianas ciudades convirtiéndolas en centro alternativos de población y polos de desarrollo económico.

La FP conjuntando todos sus elementos y objetivos ha formado el Triángulo de Calidad:



B) MANUAL DE LA FRANQUICIA PEMEX.

Como en toda franquicia, el manual es un elemento importante y el franquiciado lo recibe para que en él, base la operación de su franquicia, siguiéndolo al pie de la letra como una garantía de que el negocio marchará sin tropiezo.

El manual de la FP se compone de cuatro secciones que mencionan los aspectos más importantes que sustentan a la FP:

- * **Marco Conceptual:** se refiere a los elementos que conforman la FP y los procedimientos de operación de las estaciones de servicio.
- * **Seguridad y protección al Medio Ambiente:** incluye políticas y procedimientos de ecología.
- * **Servicio:** cita las fórmulas de atención y cortesía que deben cumplir los empleados de la estación de servicio a los usuarios.
- * **Imagen:** es el aspecto físico que caracteriza a las estaciones de servicio así como los elementos distintivos de Pemex.

5. FINANCIAMIENTO.

No todas las estaciones de servicio cuentan con el capital necesario para adherirse o adquirir una Franquicia Pemex por lo tanto, Pemex - Refinación suscribió convenios con diversas entidades financieras para allegar de recursos financieros a dueños de estaciones de servicio, para la remodelación o construcción de nuevas estaciones de servicio estableciéndose con esto, mecanismos que facilitan el otorgamiento de garantías para obtener un crédito y así poder lograr los objetivos del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio. Las entidades financieras forman parte de la: Banca Múltiple, Banca de Desarrollo, Uniones de Crédito y Arrendadoras Financieras, las cuales son:

- > ASERFICO FACTORAJE, S.A. DE C.V.
- > ARRENDADORA FINANCIERA MARGEN, S.A. DE C.V.
- > UNIÓN DE CRÉDITO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CAMPECHE, S.A. DE C.V.
- > UNIÓN DE CRÉDITO EMPRESARIAL METROPOLITANO, S.A. DE C.V.
- > BANCA NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR, S.N.C.
- > BANCO DEL EJÉRCITO, FUERZA AÉREA Y ARMADA, S.N.C.
- > BANCO NACIONAL DE MÉXICO, S.A. (BANAMEX)
- > BANCO NACIONAL DE CRÉDITO RURAL.
- > UNIÓN DE CRÉDITO DE GASOLINEROS DE VERACRUZ, S.A. DE C.V.
- > UNIÓN DE CRÉDITO DEL COMERCIO, LOS SERVICIOS Y EL TURISMO DE LA REPÚBLICA MEXICANA.
- > UNIÓN DE CRÉDITO DE LOS DISTRIBUIDORES EN COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES, S.A. DE C.V.
- > BANCA CONFÍA.

Cada una de estas entidades tienen su propio esquema de crédito sin perder su objetivo, que es otorgar préstamos para expansión de las estaciones de servicio y la protección y preservación del medio ambiente.

Son diversas las ventajas que se ofrecen con los créditos otorgados por las entidades financieras enunciadas:

- Excelentes condiciones de sus proveedores, con descuentos por pagos inmediatos.
- Pagos en forma diferida, con costos por lo general inferiores a los descuentos que se obtienen de los proveedores.
- Optimiza los costos y mejora el rendimiento de la estación de servicio.
- Quedan libres sus líneas de crédito con otras instituciones.
- La liquidez lograda puede aplicarla a incrementar su capital de trabajo.
- Al pagar sus compras de contado, le aumenta el crédito con sus proveedores.

6. PROGRAMA SIMPLIFICADO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO

Para incorporarse a la FP las estaciones de servicio ya establecidas sólo deben firmar el Contrato de Franquicia y cumplir con las especificaciones técnicas establecidas por Pemex - Refinación e incorporarse al Programa de Estaciones de Servicio de 3 y 2 Estrellas de acuerdo con los siguientes requisitos:

- * Seguridad (válvulas de corte rápido, extintores, plan de contingencia, etc.)
- * Protección al Medio Ambiente (tanques, pruebas de hermeticidad y tuberías)
- * Servicio (atención y cortesía, sanitarios limpios, calidad de los productos Pemex en exhibidores, etc.)
- * Imagen (logotipo institucional, faldón, etc.)

Todas las estaciones de servicio dispersadas por todo el país, incorporadas a la FP o no, deben apagarse a las Especificaciones para Proyecto y Construcción de Estaciones de Servicio emitidas por Pemex - Refinación.

La clasificación de 2 y 3 estrellas se refiere a las estaciones de servicio establecidas, en operación o en proceso de remodelación, ya que todas las nuevas nacen bajo la categoría de 3 estrellas. La diferencia entre ambas está en los aspectos de Imagen y Servicio, cumpliendo las dos categorías los aspectos de Seguridad y Protección al Medio Ambiente. (Anexo 2)

Además, deben cumplir con los Lineamientos para la Aplicación de Normas de Identidad en Estaciones de Servicio incorporadas al Sistema de Franquicias. La identidad de las estaciones de servicio franquiciadas incluyendo los negocios adicionales establecidos en su predio, deberán sujetarse a los siguientes lineamientos (Anexo 3):

- > Faldón o marquesina,
- > Edificios, muros y Bardas,
- > Guarniciones,
- > Vitrinas y mostradores,
- > Módulos de servicio de Diesel,
- > Representación gráfica de la franquicia en anuncios independientes, y
- > Colores.

ADICIONALES O COMPLEMENTARIAS.

- > Uniformes,
- > Áreas de despacho,
- > Áreas verdes,
- > Anuncio en pisos,
- > Anuncios en carreteras, avenidas o calles próximas a estaciones de servicio adheridas a la FP,
- > Anuncios en muros, fachadas y bardas,
- > Normas de publicidad en las áreas exteriores de la zona de abastecimiento en las estaciones de servicio franquiciadas.

Las cuotas de incorporación y mantenimiento para estaciones de servicio franquiciadas ya establecidas son las siguientes:

CUADRO 1

CUOTA DE INCORPORACIÓN PARA ESTACIONES DE SERVICIO YA ESTABLECIDAS

CUOTAS			
VOLUMENES DE VENTAS LTS/MES		INCORPORACIÓN (N\$)	MANTENIMIENTO ANUAL
Hasta	500 000	100.00	100.00
500 001 a	750 000	1 000.00	500.00'
750 001 a	1 500 000	2 500.00	1 250.00
1 500 001 en adelante		5 000.00	2 500.00

FUENTE : Gerencia del Sistema de Franquicias Pemex.

Los márgenes de utilidad o comisión que se obtienen al incorporarse a la FP son mayores que los obtenidos por las gasolineras no franquiciadas. Fijadas en términos porcentuales a cada incremento de precios corresponderá un incremento real de la utilidad:

CUADRO 2

COMISIONES EN GASOLINERAS

PRODUCTO	GASOLINERAS NO FRANQUICIADAS	GASOLINERAS FRANQUICIADAS	
		2 estrellas	3 estrellas
	% de comisión por litro	% de comisión por litro	% de comisión por litro
Magna Sin	4.06	4.9	5.7
Nova	2.56	3.6	4.5
Diesel	2.13	3.5	4.2

FUENTE: Gerencia del Sistema de Franquicias Pemex.

El Programa Simplificado para el Establecimiento de Nuevas Estaciones de Servicio es un convenio entre Pemex - Refinación y la Comisión Federal de Competencia (Órgano dependiente de la Cámara de Comercio que se creó después de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio). Este Programa se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 16 de agosto de 1994 con vigencia a partir del 1o. de septiembre de 1994.

El presente Programa es el resultado de esfuerzos orientados a la desregularización en la distribución de combustibles y pretende propiciar una mayor inversión en su red de distribución, ampliando la infraestructura en beneficio de la calidad y eficiencia en el servicio de los usuarios.

Con este Programa se simplifican procedimientos y requisitos necesarios para establecer nuevas estaciones de servicio, se reducen los plazos de respuesta de solicitudes que se presenten; es decir, que todos los que cumplan con los requisitos establecidos y las especificaciones técnicas exigidas y cuyas solicitudes no hayan sido rechazadas en los plazos y causas que prevee el presente Programa tendrán derecho a contratar el expendio de gasolina y otros petrolíferos al consumidor final.

Todas las estaciones de servicio que deseen brindar bienes y servicios complementarios en sus instalaciones lo podrán seguir haciendo libremente contratando los bienes y servicios de cualquier proveedor, dejando sin efecto al Programa de Subfranquicias.

A) OBJETIVOS.

Los objetivos del presente Programa son:

- + Procurar que la operación de las estaciones de servicio ocurra en un ambiente de competencia y libre concurrencia.
- + Evitar prácticas monopólicas favoreciendo así el incremento en el número de estaciones de servicio.
- + Incorporar una mayor variedad de servicios complementarios que las estaciones de servicio puedan ofrecer al usuario.

El Programa Simplificado para el Establecimiento de Nuevas Estaciones de Servicio permite que los particulares de Nacionalidad Mexicana sigan teniendo la opción de brindar el servicio de venta de petrolíferos bajo un esquema administrativo más sencillo y rápido, siempre y cuando cumplan con los requisitos, la documentación, las normas técnicas de seguridad, la protección al medio ambiente, el servicio y la imagen institucional que Pemex - Refinación les brinda, flexibilizando al máximo la prestación de servicios complementarios o el expendio de productos diferentes a los petrolíferos.

B) REQUISITOS.

Los trámites que antes se efectuaban comparados con los que se realizan en el Programa Simplificado se pueden observar en el cuadro 3.

CUADRO 3

TRÁMITES PARA CONSTRUIR Y OPERAR UNA NUEVA ESTACIÓN DE SERVICIO

	ANTES	DESPUÉS
No. de requisitos documentales	11	6
Tiempo de respuesta a solicitud (*)	150	30
Revisión de anteproyecto (*)	30	5
Revisión de proyecto definitivo (*)	30	10
Inicio de construcción (*)	60	30
Tiempo de construcción (*)	180	180
Firma de contratos (*)	90	30

(*) En días promedio.

FUENTE : Programa Simplificado Para el Establecimiento de Nuevas Estaciones de Servicio (D.O. 16 de agosto de 1994).

Los trámites para la construcción de las nuevas estaciones de servicio se pueden realizar en un total de 365 días, como lo muestra el cuadro 4 :

CUADRO 4

PLAZOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO

EVENTOS	DÍAS
Respuesta a solicitud	30
Preparación de anteproyecto	30
Revisión anteproyecto	5
Preparación de proyecto definitivo	60
Revisión de proyecto definitivo	10
Inicio de obra	30
Desarrollo de la obra	180
TOTAL	345 DÍAS

FUENTE : Gerencia del Sistema de Franquicias Pemex.

Pemex - Refinación instrumentará las acciones administrativas en todo el país para atender en forma oportuna las solicitudes que se tramiten de acuerdo con los lineamientos de este Programa.

I. Requisitos a cubrir en la solicitud para construir y operar nuevas estaciones de servicio.

El interesado debe cumplir con los siguientes requisitos básicos: presentar original y una copia de la solicitud institucional, anotando los datos que se piden en dicho formato. El formato de solicitud puede obtenerse en los Centros de Trabajo de Pemex - Refinación. (Anexo 1)

2. Ser de nacionalidad mexicana; presentando la siguiente documentación original:

2.1. Si el solicitante es persona física:

2.1.1 Acta de nacimiento, certificado por el Registro Civil o Fedatario Público, o

2.1.2 De ser el caso, carta de naturalización, certificada por Fedatario Público, o

2.1.3 Pasaporte vigente.

2.2 Si el solicitante es persona moral, además debe entregar:

2.2.1 Copia certificada por Fedatario Público de Comercio, de la escritura constitutiva en que se establezca:

* Cláusulas de exclusión de extranjeros.

* El objetivo principal sea la comercialización de gasolinas y diesel suministrados por Pemex - Refinación; así como lubricantes de la marca "Pemex".

* La obligación de avisar a Pemex - Refinación la admisión de nuevos socios en un plazo no mayor de 15 días a partir de este supuesto.

3. Acreditar la legal posesión del predio propuesto para construir la estación de servicio, bajo cualquiera de las dos siguientes modalidades:

3.1 Copia certificada de la escritura pública correspondiente, con inscripción en el Registro Público de la Propiedad o en su caso,

3.2 Contrato de arrendamiento con una duración mínima de cinco años ratificado ante Notario Público.

4. El predio propuesto, para garantizar vialidades internas, áreas verdes y los diversos elementos requeridos para la construcción y operación de una estación de servicio, debe cumplir con las siguientes características:

CUADRO 5

CARACTERÍSTICAS DEL PREDIO PARA LA CONSTRUCCIÓN
DE NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO

	SUPERFICIE MÍNIMA (M2)	FRENTE, MÍNIMO (MTS, LINEALES)	PRODUCTOS
Esquina	400	20	Magna Sin
ZONAS URBANAS			
No Esquina	800	30	Nova

CARRETERA	2400	80	Magna Sin Nova Diesel

Dentro del Poblado	400	20	Magna Sin
ZONAS RURALES			Nova
Fuera del poblado	800	30	Diesel

ZONAS ESPECIALES*	200	15	Magna Sin Nova

ZONAS MARINAS	500	20	Magna Sin Nova Diesel Marino

* Se define como Zonas Especiales a centros comerciales, hoteles, estacionamientos públicos, establecimientos de servicio de lavado y engrasado y parques públicos que por su ubicación y espacios disponibles constituyen puntos estratégicos a los que acuden y/o transitan grupos potenciales de consumidores.

FUENTE : Programa Simplificado para la Construcción de Nuevas Estaciones de Servicio.

En cualquiera de las cinco zonas establecidas se deben respetar los siguientes lineamientos:

A) El predio debe localizarse a una distancia mínima de resguardo de 15 metros de centros de concentración masiva (escuelas, hospitales, mercados públicos, cines, teatros, estadios deportivos, auditorios, etc.)

B) El predio debe localizarse a una distancia mínima de resguardo de 100 metros con respecto a una planta de almacenamiento de gas L.P.

C) El predio debe localizarse a una distancia mínima de resguardo de 30 metros con respecto a líneas de alta tensión, vías férreas y ductos que transportan productos derivados del petróleo.

5. Croquis de localización del predio propuesto, indicando con claridad nombres de calles, avenidas, o el kilómetro, en el caso de carreteras.
6. Plano de la población en que se ubica el predio propuesto. En el caso de carreteras, anexar plano estatal indicando ubicación del predio.
7. Copia de la cédula de identificación fiscal del interesado.
8. Presentar por escrito una declaración suscrita por la persona física o el representante legal de la persona moral solicitante, en la que señale si el solicitante, sus socios asociados, en forma directa o indirecta, son propietarios, poseedores u operadores de estaciones de servicio, en cualquier parte del país, indicando la ubicación de cada una de las calles.

Pemex - Refinación proporcionará copia de dicho escrito a la Comisión Federal de Competencia para que ésta ejerza sus atribuciones en materias de prevención de prácticas o concentraciones monopólicas. (Anexo 4)

II. Proceso de trámite de solicitudes para construir y operar nuevas estaciones de servicio.

El interesado puede presentar su solicitud en cualquiera de los centros de trabajo de Pemex - Refinación. (Anexo 1)

1. Si la solicitud y documentos que la integran cumplen con los requisitos establecidos en el punto I anterior, se procederá como sigue:
 - 1.1 El Centro de Trabajo otorgará acuse de recibo.
 - 1.2 En un lapso de 30 días naturales debe acudir al Centro de Trabajo que se le indicará por escrito para recibir la constancia de trámite correspondiente, al cual se entregará si se exhibe identificación oficial con fotografía reciente.
 - 1.3 Cuando el interesado obtenga la constancia de trámite debe formular su anteproyecto y proyectos definitivos en estricto apego a las "Especificaciones Generales para Proyecto y Construcción de Estaciones de Servicio" vigentes. Un ejemplar de este documento será entregado junto con la constancia de trámite, previa acreditación del costo que implica su incorporación a la "FP".

CUADRO 6

CUOTAS DE INCORPORACIÓN PARA NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO

INCORPORACIÓN CUOTA	MANTENIMIENTO VOLÚMENES DE VENTAS LTS/MES	CUOTA (N\$)
Predio ubicado en ZONAS URBANAS, CARRETERAS, ZONAS ESPECIALES o ZONAS MARINAS:	Hasta 750 000	500.00
N\$ 20 000.00 + IVA	750 001 a 1 500,000	1 250.00
N\$ 5 000.00 + IVA por cada posición de carga		
Predio ubicado en ZONAS RURALES :	1 500 001 en adelante	2 500.00
N\$ 5 000.00 + IVA		
N\$ 1 250.00 + IVA por cada posición de carga.		

FUENTE : Gerencia del Sistema de Franquicias Pemex.

- 1.4 Los pagos antes indicados deben abonarse a la cuenta de cheques denominada "Franquicias Pemex" en el D.F. y fuera de éste mediante orden de pago bancaria.
2. La solicitud será rechazada si el interesado:
- 2.1 Presenta documentación incompleta.
 - 2.2 La documentación no cumple con los requisitos exigidos.
 - 2.3 No cumple con las especificaciones.
3. La constancia de trámite será cancelada unilateralmente sin mediar resolución judicial, conservando en su beneficio los pagos que haya efectuado el interesado, si se presentan las siguientes condiciones:
- 3.1 Cede a tercera persona el ejercicio de los derechos derivados de la constancia de trámite.
 - 3.2 Incumple cualquiera de las obligaciones establecidas en la constancia de trámite.

3.3 No concluye la construcción de la estación de servicio dentro de los seis meses siguientes a la fecha de inicio, salvo causa justificada a juicio de Pemex - Refinación.

III. Requisitos a cumplir por los propietarios de nuevas estaciones de servicio antes de establecer relaciones comerciales con Pemex - Refinación.

Una vez obtenida la constancia de trámite el interesado debe cubrir lo siguiente:

1. Presentar el anteproyecto ante Pemex - Refinación en un plazo no mayor de 30 días a partir de la entrega de la constancia de trámite, el cual será aprobado en un plazo no mayor de cinco días.
2. Aprobado el anteproyecto formular el proyecto definitivo en un plazo no mayor de 60 días hábiles, contando a partir de la entrega del anteproyecto, el cual se debe presentar en cinco planos: planta arquitectónica general, instalaciones hidráulicas, instalaciones eléctricas, sistemas de drenaje e instalación mecánica (tanques y tuberías), los cuales revisará y aprobará Pemex - Refinación en un lapso no mayor de 10 días hábiles de recibido.
3. Aprobado el proyecto definitivo, el interesado debe iniciar las obras en un plazo no mayor a 30 días y concluir éstas en un período no mayor a 180 días, salvo causa justificada a juicio de Pemex - Refinación.

Si en los puntos 1, 2 y 3 no hay resolución de Pemex - Refinación en el plazo dictado se entenderán como aprobados.

4. Durante la obra, el interesado solicitará la visita de un técnico de Pemex - Refinación antes de tapar y/o cubrirlos tanques y las tuberías. Lo anterior, hasta que las autoridades correspondientes establezcan la fecha a partir de la cual ellas asumirán esta responsabilidad.
5. Concluida la obra, el interesado debe solicitar a Pemex - Refinación se realice la inspección técnica final.
6. Si las instalaciones cumplen con el proyecto definitivo aprobado y con las técnicas establecidas, el interesado suscribirá con Pemex - Refinación los contratos de venta directa al público y de franquicia a dos días de la inspección técnica final, previa entrega del comprobante que acredite el pago del concepto de posición de carga.
7. La entrega de combustible será 24 horas después de la firma de los contratos y el pago por dicha entrega será de contado.

8. Pemex - Refinación otorga un crédito operativo a las estaciones de servicio por lo que el interesado deberá presentar fianza que lo garantice; el monto y términos de la fianza le serán indicados por el centro de trabajo (Anexo 1) al momento de la firma de los contratos.

IV. Causa de rechazo a la contratación en la Operación de Nuevas Estaciones de Servicio.

Pemex - Refinación podrá rechazar la celebración de relaciones comerciales si:

1. No se cubre el pago por concepto de posición de carga.
2. No construye en estricto apego a las especificaciones generales para proyecto y construcción de estaciones de servicio vigentes y a los planos aprobados.
3. Cuando el interesado o los socios tratándose de persona moral hayan sido sentenciados por delitos contra la salud, patrimoniales o hayan incumplido compromisos o incurrido en prácticas comerciales fraudulentas contra Pemex o sus órganos subsidiarios.
4. Cuando el solicitante de la contratación no sea el mismo a quien se otorgó la constancia de trámite, por tal motivo se debe hacer del conocimiento de Pemex - Refinación la sustitución de los titulares de los contratos (Anexo 5).

V. Mecanismos de verificación a que se sujetarán las relaciones comerciales entre el operador de una estación de servicio y Pemex - Refinación.

Pemex - Refinación formalizará las relaciones comerciales con los interesados mediante la celebración de dos contratos:

- a) Contrato de Venta Directa al Público de Combustibles y Lubricantes Marca Pemex. (Anexo 6)
- b) Contrato de Franquicia. (Anexo 7)

En dichos contratos se establecen derechos y obligaciones para quienes operan las estaciones de servicio y cuyo cumplimiento supervisa este organismo bajo dos modalidades: de manera directa con personal propio y por conducto de empresas especializadas contratadas para ello. La supervisión de los derechos y obligaciones mencionadas se realizarán al menos dos veces al año.

VI. Proceso administrativo a cumplir para notificar a Pemex - Refinación la cesión de los derechos derivados de los contratos que se hayan celebrado con Estaciones de Servicio en operación.

En relación de la amplitud de la relación jurídico-comercial que se establece entre Pemex - Refinación y los operadores de las gasolineras, se suscriben de forma conjunta, el contrato de venta directa al público y el contrato de franquicia.

Cuando el titular de los derechos de uso transmita éstos total o de manera parcial a una o varias personas físicas o morales, intervendrán los siguientes mecanismos para su ejecución:

1. En un plazo no mayor de 15 días naturales, tanto el titular de los contratos como el nuevo poseedor o propietario de la gasolinera, debe notificar a Pemex - Refinación de la operación celebrada.
2. La notificación deberá documentarse conforme a los lineamientos que por escrito le serán entregados en los centros de trabajo de Pemex - Refinación (Anexo 5).
3. Cubiertos los requisitos exigidos y una vez que el nuevo operador los haya suscrito, en un plazo no mayor de 30 días naturales, recibirá en la Superintendencia Local de Ventas que le suministra los productos un ejemplar de los contratos firmados por Pemex - Refinación.

VII. Requerimientos técnicos generales a cumplir por los interesados en construir y operar una Estación de Servicio.

Los requerimientos técnicos generales se encuentran detallados y explicados en las "Especificaciones Generales para Proyectos y Construcción de Estaciones de Servicio" edición 1994, misma que, como ya quedó establecido, se entregará a quien obtenga la constancia de trámite correspondiente.

7. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FRANQUICIA PEMEX.

Si bien la FP es una gran inversión tienen ventajas y desventajas, las cuales se mencionan a continuación:

A) VENTAJAS.

Las ventajas que ofrece la FP al Franquiciado son:

- > Acceso a tecnología que permite que la operación de la estación de servicio se realice en un clima de total seguridad y eficiencia protegiendo el medio ambiente.
- > Aumento en la rentabilidad del punto de venta debido al incremento de la contraprestación por la venta de petrolíferos de acuerdo con la categoría, la imagen y la diversificación de su actividad comercial y mayores ingresos optimizando negocios complementarios.
- > Acceso a financiamiento para la adquisición de equipos básicos y el establecimiento de negocios complementarios.
- > Recibir asesoría en cuanto a especificaciones técnicas para la construcción y operación de una estación de servicio; políticas y procedimientos de la FP.

Las ventajas para Pemex - Refinación , como franquiciante, son:

- < Mayores posibilidades de expansión en todo el país con la creación de nuevos puntos de venta.
- < Fortalecimiento de su Imagen Institucional.
- < Romper con la práctica monopólica que se tenía en las gasolineras.
- < Facilitar la relación con sus distribuidores para que éstas sean continuas y cordiales.

Las ventajas para el proveedor de bienes y servicios son:

- Tener una expansión de su mercado.
- Promoción de sus productos.
- Reconocimiento de sus marcas comerciales.
- Fomento de su prestigio.
- Incremento de sus ingresos.

B) DESVENTAJAS.

Las desventajas de la FP son muy pocas pero no por eso dejan de ser importantes.

- * El período de crisis que el país está pasando impide que algunas estaciones de servicio incorporadas a la FP inicien la construcción de su punto de venta, ante lo cual, los plazos para la construcción que son de seis meses no se habían modificado hasta el momento de realizar esta investigación.
- * La falta de capital de algunos pequeños empresarios gasolineros tradicionales, distinguiendo a los de la Cd. de México que al quedar marginados de las ventajas exclusivas de la FP, se están arriesgando a perder el mercado.
- * La temporalidad de 10 años prorrogables del contrato amarran al empresario con la Institución perdiendo así su independencia. A pesar de que siempre han estado amarrados a Pemex.
- * Hay mayor control por parte de Pemex.
- * A pesar del financiamiento el programa es discriminatorio porque hay que contar con un capital para incorporarse a la FP resultando para los gasolineros impagable.
- * Las gasolineras serán rentables en cuanto al despacho de combustible siempre y cuando tengan afluencia vehicular.
- * Se puede llegar a la pérdida de los volúmenes de venta debido a la expansión de los puntos de venta.
- * La política de desregulación para las gasolineras por parte de Pemex, ha propiciado la abundancia de estaciones de servicio sin estudio y proyección para construir.

8) ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS PEMEX.

El petróleo (crudo) es una base importante para el desarrollo de algunos países como México, el cual, para su exploración, explotación, refinación, transporte, distribución y comercialización, bajo inspección, vigilancia y seguridad en sus instalaciones y para beneficio de la sociedad, ha tenido que pasar por un proceso histórico difícil que se menciona a continuación:

En 1910 México se convierte en uno más de los países petroleros, con un crudo de calidad, el cual era refinado en su totalidad. Para 1921 alcanza el segundo lugar mundial como: productor de crudo con "una producción anual de 193 millones de barriles".(5)

A partir del 18 de Marzo de 1938, día de la Expropiación Petrolera y durante los 25 años siguientes, Pemex es la entidad encargada de la industria petrolera nacional desarrollando con recursos propios, la infraestructura de exploración y producción de crudo y creando su sistema de refinación.

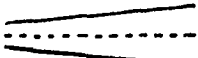


La comercialización de petrolíferos se desarrolló primordialmente por la iniciativa privada a través de concesiones otorgadas a particulares, quienes adquirieron o construyeron instalaciones para almacenar y comercializar los productos derivados del petróleo para: las gasolineras, la agricultura, la naciente industria y el autoconsumo.

Desde fines de los años 50's y hasta los 90's el consumo nacional de petrolíferos registró un incremento elevado y se hizo notoria la necesidad de estimular la actividad comercial y de distribución, por tal motivo Pemex aumentó la construcción de terminales de almacenamiento y distribución propias, debido al incremento en la red carretera, el parque vehicular y al aumento de la población (Cuadro 7), suministrando combustible a través de "80 terminales propiedad de Pemex y 32 plantas privadas al servicio de esta institución". (6) (Mapa 1)

5. ROBLES, Mónica, "Red privada de distribución de petrolíferos", en Fórmula Energética, núm 2, México, abril de 1994, p. 13.
6. Ibid.

CUADRO 7

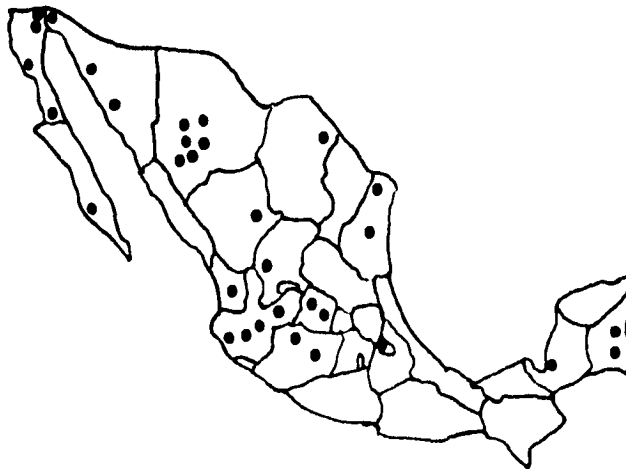
LA RED CARRETERA, EL PARQUE VEHICULAR Y LA POBLACIÓN EN 1938 Y 1994

	1938	1994
 Red Carretera	PEQUEÑA	4 000 KM.
 Parque vehicular	25 000	11 800 500
 Población Total (Habitantes)	19 MILLONES	90 MILLONES

FUENTE : Elaboración propia con base a la revista Fórmula Energética, núm 2, abril de 1994.

MAPA 1

UBICACIÓN DE LAS 32 PLANTAS PRIVADAS AL SERVICIO DE PEMEX EN LA REPÚBLICA MEXICANA



México por conducto de Pemex tiene asegurado el futuro energético ya que las reservas petroleras en los últimos 40 años casi se han duplicado, éstas continuarán en el dominio y control de manos mexicanas a través de Pemex, lo cual fue confirmado en el Tratado de Libre Comercio (TLC).

Debido a la actual crisis económica por la que esta pasando el país, el Director General de Pemex Adrián Lajous dijo que respecto a los apoyos financieros hasta por 20 mil millones de dólares que la Banca Internacional prestó al país gracias al aval de Estados Unidos, se utilizarán como garantía los recibos o facturas de exportaciones petroleras aclarando que "sólo en aquella eventualidad absolutamente remota de que el gobierno de México no pudiera hacer frente a sus compromisos derivados de estos apoyos financieros, se ejercerían dichas garantías.

"Este acuerdo no confiere al gobierno de Estados Unidos derecho alguno sobre los activos de Pemex, ni se afectan decisiones en cuanto al volumen de las exportaciones y el precio del petróleo".(7)

Los préstamos otorgados a México pueden obligar al gobierno mexicano a privatizar algunas áreas de Pemex, como es el caso de Pemex - Gas y Petroquímica Básica, la cual conformará un cuerpo de accionista, es decir, una participación de capital privado tanto nacional como extranjero bajo reformas legales y administrativas que facilitarán la privatización de otros sectores petroleros.

Después del proteccionismo en el que vivía México, ahora con el TLC con Canadá y Estados Unidos, las empresas mexicanas competirán entre ellas y con las empresas extranjeras, por tal motivo las empresas mexicanas deben iniciar un proceso de modernización y Pemex no se puede quedar atrás.

Debido a la importancia del petróleo en México y a que éste es el causante de la contaminación del Medio Ambiente, Pemex decide modificar los esquemas de producción, de infraestructura y de distribución. Al transporte terrestre de los productos de las unidades de producción y almacenamiento se les adicionan nuevas medidas de seguridad y ecología, "proyectándose también que se incrementará el sistema de poliductos de las refinerías hasta las diversas terminales del país". (8)

7. LOMAS, Emilio y Gallegos, Elena, "La factura petrolera no será medio de pago directo" en La Jornada, México, marzo 16 de 1995, primera plana y p. 8.

8. UNIÓN DE CRÉDITO DE LOS DISTRIBUIDORES EN COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES, "Editorial", en Fórmula Energética, núm. 1, México, diciembre de 1993, p. 2.

Fueron muchas las causas que llevaron a la Modernización de las Estaciones de Servicio, entre las que se incluyen al TLC, destacan las siguientes :

A) CAUSAS.

- Desde 1981 y hasta 1992 el margen de utilidad sobre el precio de venta pasó del 10% al 3% llegando así una descapitalización en las gasolineras.
- Las comisiones eran menores o iguales a las ganancias para el dueño.
- La utilidad bruta por litro era de 2.9 centavos con un valor por litro de 1.16 pesos y si es magna sin, la utilidad bruta por litro era de 5.0 centavos costando el litro 2.00 pesos.

El bajo margen de utilidad ocasionó instalaciones y baños sucios, contando por lo tanto con una obsoleta infraestructura gasolinera del 92%, es decir, de las 3 186 estaciones del país, 2 911 operan con equipos de más de 10 años rebasando la vida máxima garantizada por los fabricantes. Desde 1981 la tasa de crecimiento de gasolineras permaneció inmóvil porque entraron más o menos los negocios que salieron.

Esta situación provocó que Pemex creara el "Programa de Modernización de Estaciones de Servicio", el cual se instrumentó en 1991, partiendo de un análisis en la planta productiva que arrojó resultados como: los de una " limitada capacidad de gestión y de organización, restringida participación en los mercados, atraso tecnológico, falta de calidad en sus productos, carencia de personal calificado y sobre todo, dificultad para acceder al financiamiento en condiciones competitivas". (9)

El instrumento comercial del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio es la Franquicia Pemex (FP), la cual se "anunció oficialmente el 18 de marzo de 1992 en el informe de labores del Director General"(10) de Pemex y a partir de ese momento los empresarios gasolineros manifestaron su interés, por lo que Pemex - Refinación organizó reuniones con el objeto de despejar dudas en cuanto a la Franquicia Pemex, obteniendo como resultado la incorporación inmediata de algunos empresarios gasolineros a la Franquicia Pemex.

9. ROSALES, Rubén, "El Gobierno no dejará solos a los empresarios: CSG", en Fórmula Energética, núm. 1, México, diciembre de 1993, p. 4.

10. PETRÓLEOS MEXICANO, "Nuevas autorizaciones" en FP: El Cambio, núm 0, México, abril de 1994, p.5.

9. CONTRATOS Y MARCO JURÍDICO.

Toda actividad comercial como la FP se encuentra regida por diversa leyes, además de contar con un contrato de franquicias y uno para venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex.

A) CONTRATOS.

En los contratos se estipulan las condiciones de un convenio entre dos partes; Pemex -Refinación suscribe dos tipos de contratos:

El Contrato de Venta Directa al Público de Combustibles y Lubricantes Marca Pemex, las partes que componen este contrato son:

** Pemex - Refinación que es un órgano subsidiario de Pemex, cuyo objeto y materia exclusiva son los procesos industriales de refinación. La venta y distribución de combustibles y lubricantes las puede llevar a cabo directamente a través de contratistas, para lo cual debe contar con estaciones de servicio eficientes y de alta calidad.

** El contratista que debe ser una sociedad mercantil constituida bajo las leyes mexicanas con un objetivo específico, la venta al público de gasolinas y diesel suministrados por Pemex - Refinación y lubricantes marca Pemex.

Este contrato cuenta con 19 cláusulas que se mencionan a continuación:

- 1o. Objeto del contrato,
 - 2o. Derechos y obligaciones en relación a terceros,
 - 3o. Precios,
 - 4o. Obligaciones del contratista,
 - 5o. Abastecimiento,
 - 6o. Obligaciones de Pemex - Refinación,
 - 7o. Clasificación de las Estaciones de Servicio,
 - 8o. Verificación del cumplimiento,
 - 9o. Responsabilidad laboral y civil,
 - 10o. Protección del Medio Ambiente,
 - 11o. Fianza,
 - 12o. Pena convencional,
 - 13o. Duración,
 - 14o. Seguros,
 - 15o. Fuerza mayor,
 - 16o. Obligaciones fiscales,
 - 17o. Contraprestación,
 - 18o. Responsabilidad objetiva,
 - 19o. Legislación aplicable, y
- La firma de las partes y dos testigos. (Anexo 6)

El Contrato de Franquicia se firma por :

** El Franquiciante; Pemex - Refinación quien permite la comercialización de bienes y servicios distintos a los petrolíferos Pemex y promueve la modernización de las estaciones de servicio instrumentando la FP.

** El Franquiciado que es una persona física de nacionalidad mexicana que ha recibido la información relativa al estado que guarda la Empresa Pemex - Refinación así como la información técnica, necesaria para el almacenamiento y manejo de los combustibles y lubricantes marca Pemex y ha solicitado la incorporación de su estación de servicio a la FP, cumpliendo con todos los requisitos y condiciones exigidos, con el objeto de comercializar además de los productos Pemex otros productos no petrolíferos dentro de la estación franquiciada. El franquiciado ha suscrito con Pemex - Refinación un contrato de venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex.

El contrato de franquicia debe ser firmado por el franquiciante y el franquiciado además de dos testigos.

Las cláusulas de este contrato son diez y se mencionan a continuación:

- 1o. Objeto del contrato,
- 2o. Cuota anual,
- 3o. Duración,
- 4o. Obligaciones de Pemex - Refinación,
- 5o. Obligaciones de "El Franquiciado",
- 6o. Relación con terceros,
- 7o. Contribuciones y aprovechamientos,
- 8o. Verificación del cumplimiento,
- 9o. Caso fortuito o fuerza mayor, y
- 10o. Jurisdicción. (Anexo 7)

B) MARCO JURÍDICO DE LA FRANQUICIA PEMEX.

Le corresponde a la Secretaría de Energía aplicar la Ley Reglamentaria de Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo y su Reglamento. También expedirá las disposiciones y el buen aprovechamiento de los servicios petroleros de la nación, que comprenden su inspección, vigilancia y seguridad.

El marco jurídico de las F.P. es el siguiente:

- Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo;
- Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo;
- Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos;
- Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial (artículos 136 al 150); y
- Reglamento de Ley de la Protección Industrial (artículos 64 y 65).

Para efectos de esta investigación entiéndase como:

Ley: a la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo;
Reglamento: a el Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo;
Secretaría: A la Secretaría de Energía .

A continuación se transcriben los artículos de la Ley publicada en el D.O el 29 de Noviembre de 1958:

"ARTICULO 3o. La Industria Petrolera abarca:

- I. La exploración, la explotación, la refinación, el transporte, el almacenamiento, la distribución y las ventas de primera mano de petróleo, el gas, los productos que se obtengan de la refinación de éstos;
- II. La elaboración , el almacenamiento, el transporte, la distribución y las ventas de primera mano del gas artificial.
- III. La elaboración, el almacenamiento, el transporte, la distribución y las ventas de primera mano de aquellos derivados del petróleo susceptibles de servir como materias primas industriales básicas.

"ARTICULO 6o. Petróleos Mexicanos podrá celebrar con personas físicas o morales los contratos de obras y de prestación que la mejor realización de sus actividades requiere. Las remuneraciones que en dichos contratos se establezcan, serán siempre en efectivo y en ningún caso concederán por los servicios que se prestan, porcentajes en los productos, ni participación en los resultados de las explotaciones.

"ARTICULO 10o. La Industria Petrolera es de utilidad pública prioritaria sobre cualquier aprovechamiento de la superficie y del subsuelo de los ejidos o comunidades y procederá la ocupación provisional, la definitiva o la expropiación de los mismos, mediante la indemnización legal, en todos los casos en que lo requieran la Nación o su Industria Petrolera". (10)

El Reglamento, publicado en el D.O. el 25 de Agosto de 1959 comprende:

"ARTICULO 3o. La Nación, por conducto de Petróleos Mexicanos llevará a cabo las actividades a que se refiere el Artículo 3o. de la ley ..."

"ARTICULO 34o. Petróleos Mexicanos llevará a cabo la distribución de productos de su propiedad hasta el momento y lugar en que efectuó la venta de primera mano, directamente o mediante contratistas.

"ARTICULO 36o. El transporte, almacenamiento y distribución de los productos a que este reglamento se refiere, deberá sujetarse a las normas, requisitos especiales vigentes y los que expida el Ejecutivo Federal con intervención de las Secretarías de Estado competentes".(11)

Ley Orgánica de Petróleos Mexicanos:

"ARTICULO 1o. Petróleos Mexicanos, creado por Decreto el 7 de junio de 1938 es un Órgano Público, Descentralizado del Gobierno Federal, de carácter y técnico, industrial y comercial, con personalidad jurídica y patrimonio propios y con domicilio en la Ciudad de México, Distrito Federal." (12)

Como en las franquicias otorgadas entre particulares, las FP también se rigen por la Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial y su reglamento, como lo determina el contrato de franquicia Pemex.

10. PEMEX, "Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo", en Marco Jurídico Básico, México, 1991.

11. Ibid.

12. Ibid.

Las mencionadas Leyes y Reglamentos se complementan con:

- Reglamento de construcción de la entidad federativa correspondiente o en su defecto, del Departamento del Distrito Federal.
- Código sanitario de la Secretaría de Salud.
- Reglamento del servicio del agua y drenaje de la Entidad Federativa correspondiente o en su defecto, del Departamento del Distrito Federal.
- Reglamento de instalaciones eléctricas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.
- Ley general del equilibrio ecológico y la protección del ambiente.
- Reglamento de seguridad y operación de estaciones de servicio.
- Especificaciones generales para proyecto y construcción de estaciones de servicio, edición 1994.

10. SITUACIÓN ACTUAL DE LA FRANQUICIA PEMEX.

En 1992 se inició el Programa de Modernización de Estaciones de Servicio, cuyo objetivo es elevar la calidad de los servicios al público usuario e incrementar los márgenes de seguridad y protección ambiental.

El avance corporativo de la FP al 28 de febrero de 1994, lo podemos ver en el cuadro 8, poniendo atención en que las gasolineras franquiciadas hasta esta fecha son: 2 075 y que 620 son nuevas autorizaciones, es decir, no estaban establecidas, y que 1 212 son estaciones no franquiciadas por lo tanto, las únicas franquiciadas hasta febrero de 1994 son: 2 695.

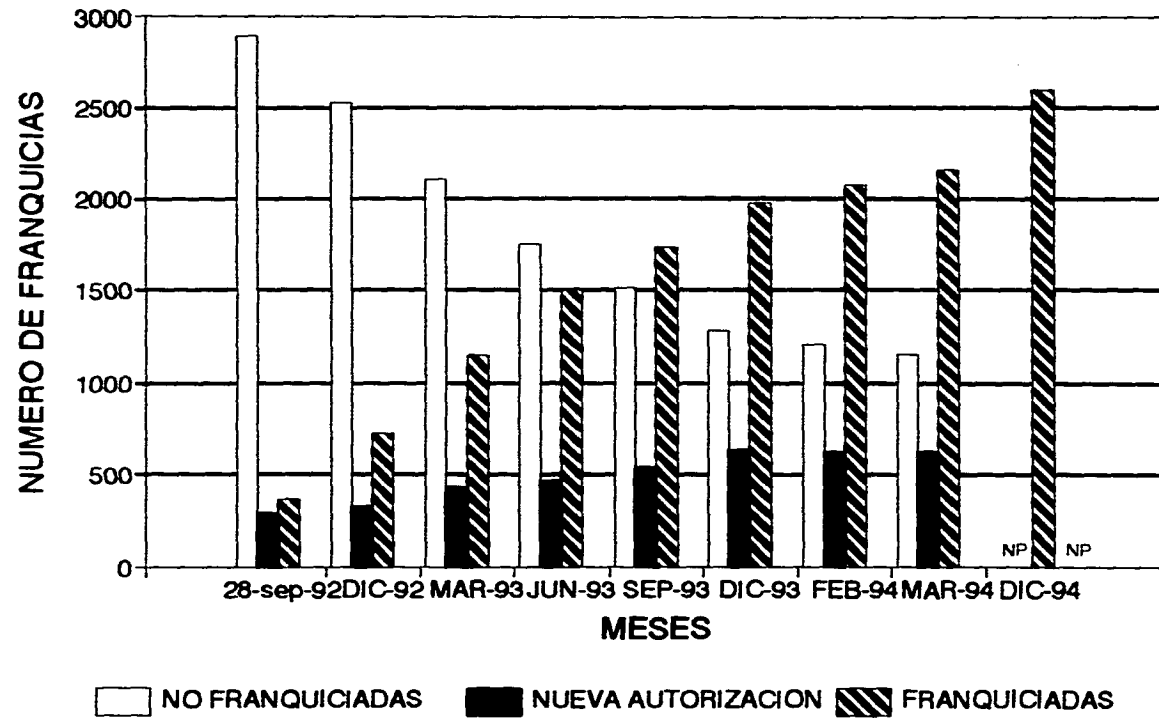
En el cuadro 8 se observa que en diciembre de 1993, las nuevas autorizaciones son 632 y para febrero de 1994 son 620, es decir que 12 nuevas autorizaciones decidieron no seguir con la incorporación a la FP, tal vez por la falta de capital de algunos empresarios mexicanos o falta de financiamiento.

Para marzo del mismo año se autoriza una nueva estación de servicio haciendo un total de 621 repartidas en seis zonas por toda la República Mexicana. (Mapa 2)

"Al 31 de Diciembre de 1994, el número de establecimientos incorporados al sistema de FP ascendió a 2 597, de los cuales 2 242 están clasificadas en categorías de 3 estrellas y 355 en la de 2 estrellas" (13) haciendo notar que el número de no franquiciadas y nuevas autorizaciones no fueron proporcionadas. (Cuadro 8)

13. PETRÓLEOS MEXICANOS, Memoria de labores, 1994, México, Pemex, 1995, p.66.

CUADRO 8 AVANCE ANUAL DE LAS FRANQUICIAS PEMEX

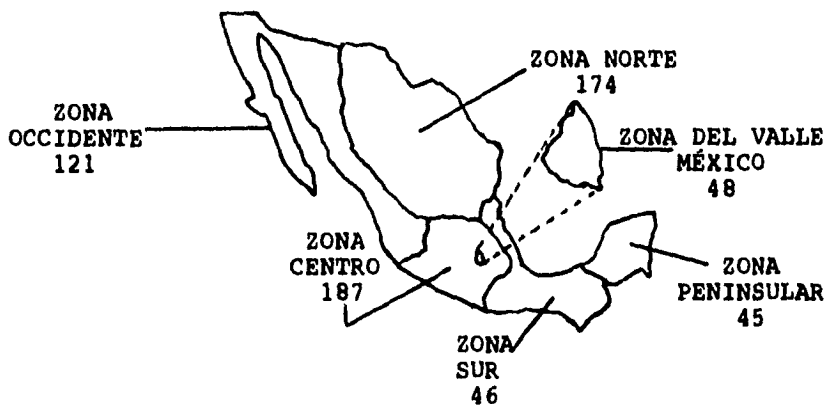


* NP = NO PROPORCIONADO

FUENTE: GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS PEMEX.

MAPA 2

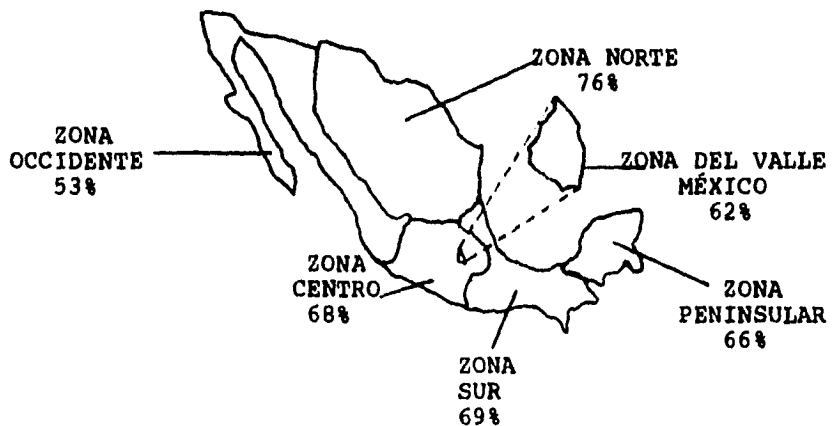
NUEVAS AUTORIZACIONES DE LA FRANQUICIA PEMEX



Las 2 160 estaciones de servicio franquiciadas hasta marzo de 1994 se distribuyen en 6 zonas, según el mapa 3 que muestra en porcentaje el avance de incorporación a la FP por zona.

MAPA 3

SITUACIÓN GENERAL DE INCORPORACIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO POR ZONA



En dos años y medio casi 80% de las gasolineras operan bajo la FP y expenden 85% del volumen total de combustibles automotrices que se consumen en el territorio nacional.

Las ventas internas de gasolinas automotrices crecieron 2.5% con respecto al año anterior alcanzando así, 502 millones de barriles diarios, por primera vez en la historia del país.

En el Valle de México las ventas aumentaron en un 4.3% representando 33% del total en 1994. (Cuadro 9)

CUADRO 9

AUMENTO DE LAS GASOLINAS CON RESPECTO A OTROS HIDROCARBUROS

GASOLINAS	33 %
COMBUSTOLEO	29 %
GAS LP	17 %
DIESEL	16 %
OTROS	2 %

FUENTE: PETRÓLEOS MEXICANOS, Memoria de labores 1994, México, 1995, p. 29.

Las ventas de gasolina magna sin ascendieron a 231 millones de barriles diarios con incremento de 40.9% respecto a 1993. La gasolina nova decreció 16.9%, magna sin pasó del 39% en diciembre de 1993 a 51% en diciembre de 1994, lo cual se debe a la incorporación obligatoria de convertidores catalíticos en vehículos nuevos.

Hasta el 28 de febrero de 1995 en la Zona del Valle de México o Distrito Federal, se encuentran incorporadas a la franquicia Pemex, 188 estaciones de servicio, de las cuales 163 son de 3 estrellas y 25 son de 2 estrellas.

El avance de incorporación por año en el Valle de México, a partir de el anuncio del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio se muestra en el Cuadro 10.

CUADRO 10

AVANCE ANUAL DE FP EN EL VALLE DE MÉXICO

CATEGORÍAS

ANO	2 Estrellas	3 Estrellas
1992	12	59
1993	10	72
1994	1	32
1995	1	0
TOTAL	25	163

FUENTE : Elaboración propia basada en la lista de estaciones de servicio incorporadas a la FP hasta el 28 de febrero de 1995.

Para la presente investigación se hace útil el número de FP en el Valle de México o Distrito Federal, porque a partir de este número se va a determinar la muestra que servirá para desarrollar la investigación de campo por medio de un cuestionario.

Los resultados obtenidos del cuestionario se presentan en el siguiente capítulo.

CAPITULO IV.

I N V E S T I G A C I Ó N

D E

C A M P O

(ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN)

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

CAPITULO IV.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

Una vez realizada la investigación documental se procedió a la investigación de campo que consistió en aplicar el cuestionario diseñado a la muestra determinada.

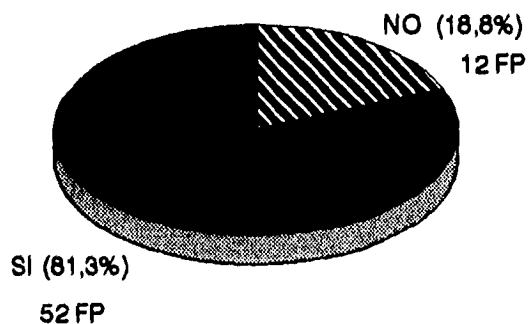
Se presenta cada pregunta del cuestionario por separado con sus respuestas, representadas en una gráfica con sus porcentajes y valores absolutos, así como su interpretación.

Las preguntas 5, 8, 17 y 21 presentan una explicación de las mismas respectivamente ya que no es posible graficarlas.

En las preguntas 1, 2, 11, 19 y 20 se explica cuántas Franquicias Pemex (FP) de dos estrellas y tres estrellas respondieron estas interrogantes, dichas preguntas se refieren a la imagen y el servicio donde las FP de estas dos categorías son diferentes.

Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

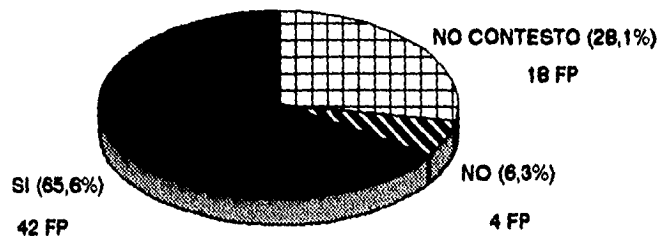
1. ¿ CONOCE LA DIFERENCIA ENTRE LAS ESTACIONES DE SERVICIO DE 2 Y 3 ESTRELLAS ?



De las 64 FP visitadas 52 (8 de dos estrellas y 44 de tres estrellas) sí conocen la diferencia entre las mismas, lo que representa el 81.2%, distinguiendo que las diferencias estriban en: la imagen, el servicio y la comisión recibida.

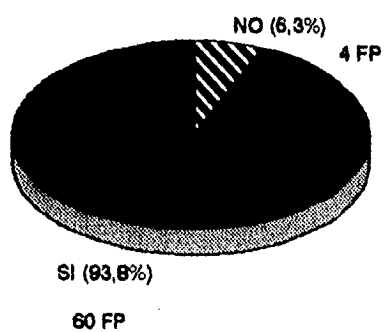
Las 12 FP restantes entre éstas 1 de dos estrellas afirmaron que no conocen las diferencias debido a que las personas que contestaron eran los encargados quienes no tienen conocimiento de éstas, representando el 18.8% .

2. CONSIDERA QUE LA NUEVA IMAGEN DE SU ESTACION DE SERVICIO ATRAE A MAS CLIENTES .



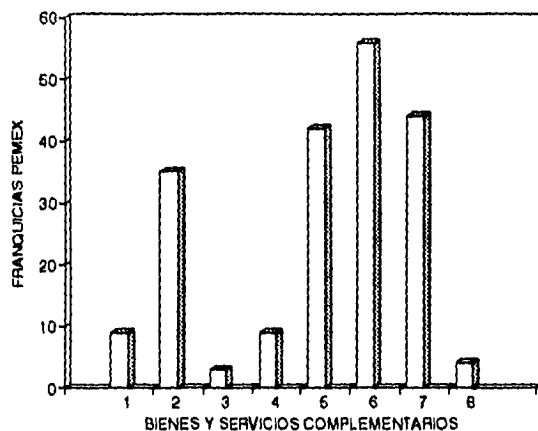
42 FP (6 de dos estrellas y 36 de tres estrellas) contestaron que la imagen de su estación de servicio sí atrae a más clientes, representando el 56.6%; 4 FP de tres estrellas contestaron que no, por que sus ventas no han aumentado, correspondiendoles el 6.3% y por último 18 FP no contestaron debido a que no han sido remodeladas, representando el 28.1% .

3. BRINDA BIENES Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.



60 FP, si prestan bienes y servicios complementarios lo que equivale al 93.8%, mientras que 4 FP respondieron no prestarlos, ocupando el 6.2% .

4. ¿ QUE BIENES Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS SE PRESTAN EN SU ESTACION DE SERVICIO ?



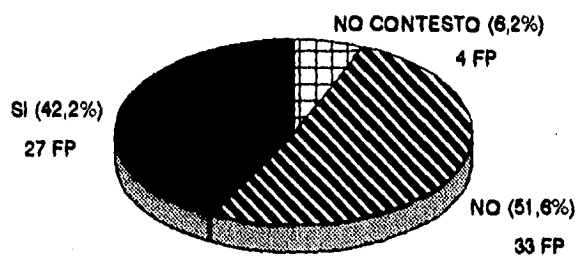
OPCIONES	FP	%
1. TIENDA DE CONVENIENCIA	9	14.1
2. MAQUINAS EXPENDEDORAS	35	54.7
3. REFACCIONES	3	4.7
4. TARJETAS DE CREDITO	9	14.1
5. VALES DE GASOLINA	42	65.6
6. HIELO	56	87.8
7. ORTOS	44	68.8
8. NO CONTESTO	4	6.3

Cada opción de respuesta equivale al 100%, obteniéndose así, los siguientes resultados: 9 FP cuentan con una tienda de conveniencia lo que representa el 14.1 % ; 35 FP cuentan con máquinas expendedoras de refrescos, representando el 54.7 % ; 3 FP venden refacciones para automóviles, representando el 4.7 % ; 9 FP aceptan tarjetas de crédito lo que equivale al 14.1 % ; 42 FP aceptan vales de gasolina, representando el 65.6 % ; 56 FP venden hielo lo que representa el 87.8 % ; 44 FP ofrecen otros como: agua embotellada y en garrafón; aditivos; lavado y engrasado; alineación y balanceo; llantas; frituras, galletas y pan empaquetados; dulces y telefono público, representando el 68.8% y las 4 FP restantes no prestan ninguno, representando el 6.3% .

5. DE LOS BIENES Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS ¿ CUALES SON LOS QUE VENDE MAS ?

Las 60 FP que prestan bienes y servicios complementarios respondieron que los tres productos que más se venden en su estación de servicio son: el hielo, los vales de gasolina y el agua embotellada y en garrafón; dejando en un segundo plano: las máquinas expendedoras y los aditivos así como los aceites y lubricantes marca PEMEX.

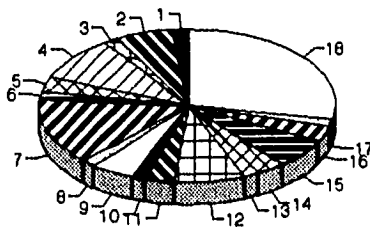
6. SE HAN INCREMENTADO SUS VENTAS DE GASOLINA Y DIESEL DEBIDO AL ESTABLECIMIENTO DE BIENES Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.



27 FP contestaron que sus ventas de gasolina y diesel sí se incrementaron debido al establecimiento de bienes y servicios complementarios, representando el 42.2%, haciendo notar que para 8 FP sus ventas aumentaron en un 30 % y para las 19 restantes el aumento en sus ventas fué menos del 30 % .

33 FP contestaron que no, representando el 51.6% y el 6.2% que corresponde a 4 FP no contestaron ya que no prestan bienes y servicios complementarios .

7. NUMERE EN ORDEN DE IMPORTANCIA LOS ELEMENTOS QUE MAS HAN ATRAIDO LA ATENCION DE SUS CLIENTES.



CLAVE : S = SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
 I = IMAGEN DE LAS INSTALACIONES
 M = MEJORAMIENTO EN EL SERVICIO
 R = RAPIDEZ EN EL SERVICIO

%	COMBINACION	FP	%	COMBINACION	FP
1. 1.6%	R, M e I.	1	10. 1.6%	S, M, I y R.	1
2. 6.2%	M, R, I y S.	4	11. 3.1%	R, I, M y S.	2
3. 1.6%	I, M, S y R.	1	12. 7.8%	R, M, I y S.	5
4. 9.4%	I, R, M y S.	6	13. 1.6%	R, M, S e I.	1
5. 3.1%	R e I.	2	14. 3.1%	M y R.	2
6. 1.6%	I, S, M y R.	1	15. 6.2%	M, I, R y S.	4
7. 14.1%	I, M, R y S.	9	16. 3.1%	M.	2
8. 1.6%	R, I, S y M.	1	17. 1.6%	TODOS.	1
9. 4.7%	I, M y R.	3	18. 28%	NO CONTESTO	18

Para 9 FP, lo que más ha llamado la atención de sus clientes es: la imagen, el mejoramiento en el servicio, la rapidez en el servicio y los servicios complementarios, en ese orden, representando el 14.1% ; para 6 FP el orden es: la imagen, la rapidez en el servicio, el mejoramiento en el servicio y los servicios complementarios, representando el 9.4% ; 1 FP afirmó que todas las opciones son importantes, representando el 1.6% ; 18 FP no contestaron por no estar remodeladas, representando el 28.0% .

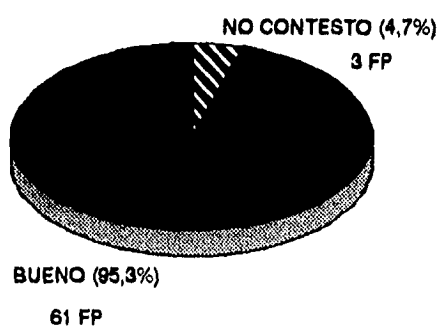
8. ¿ QUE TIPOS DE PRODUCTOS PEMEX (ADEMAS DE LA GASOLINA Y EL DIESEL) SE VENDEN EN SU ESTACION DE SERVICIO ?

Los productos Pemex que se venden en las estaciones de servicio; ademas de la gasolina y el diesel son los aceites y lubricantes marca Pemex los cuales se deben vender en buen estado.

De acuerdo a la investigación los que más se venden son: el Brio-verde por ser el más barato, siguiendole el Dorado-negro y el trasmisol (Rojo) para automóviles.

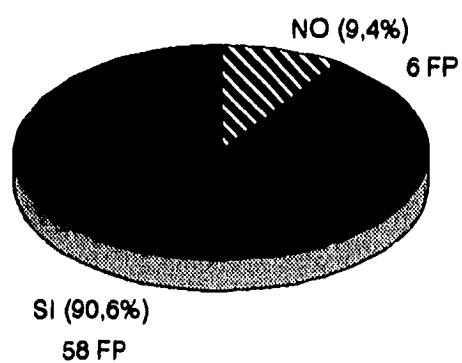
También se venden el CD-azul y el trasmisol (Azul) para camiones a diesel, aunque en la estación de servicio no se venda el diesel.

9. EL QUE ELIJA USTED A SUS PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS ES :



El 95.3% correspondiente a 61 FP respondieron que es bueno el ellos puedan elegir a sus proveedores de bienes y servicios, mientras que el 6.7% que equivale a 3 FP no contestaron ya que es otra la persona que realiza la selección de los proveedores.

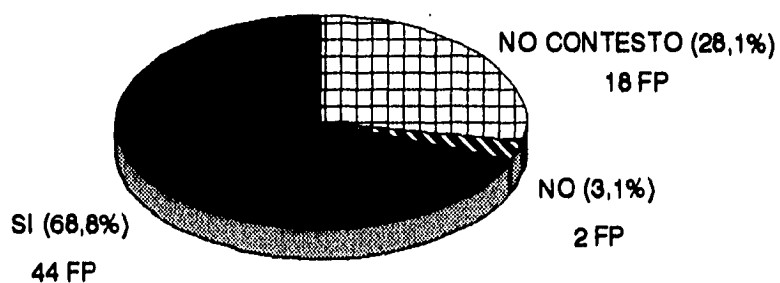
10. EL NUMERO DE DISPENSARIOS EN SU ESTACION DE SERVICIO ES EL SUFICIENTE PARA ATENDER ADECUADAMENTE A SUS CLIENTES.



58 FP respondieron que el número de dispensarios en su estación de servicio sí es el suficiente para atender en forma adecuada a sus clientes representando el 90,6% , entre éstas algunas comentaron que las posiciones de carga (lugar que ocupa un automovil o camión) no son suficientes.

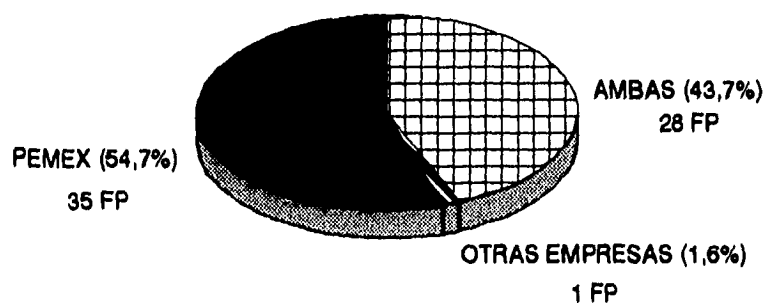
El 9,4% que corresponde a 6 FP, respondieron que no son suficientes los dispensarios debido al tamaño de su estación de servicio.

11. EL MEJORAMIENTO DE SUS INSTALACIONES AYUDA AL INCREMENTO EN SUS VENTAS DE GASOLINA Y DIESEL .



44 FP (6 de dos estrellas y 38 de tres estrellas) contestaron que debido al mejoramiento en sus instalaciones sus ventas de gasolina y diesel sí han aumentado , representando el 68,8% ; 2 FP de tres estrellas que equivalen a 3.1% respondieron que sus ventas son las mismas aclarando que esto se debe a la situación económica que vive el país; mientras que 18 FP no contestaron esta pregunta ya que no han sido remodeladas, representando el 28.1%.

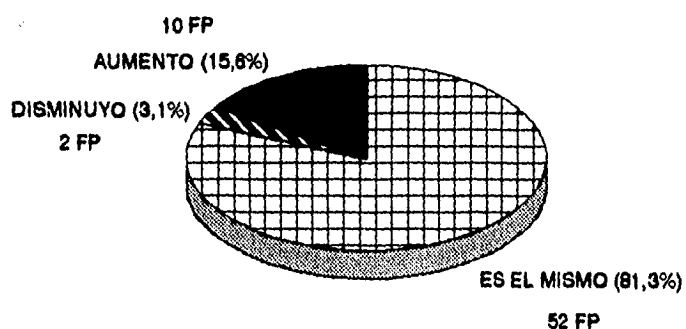
12. HA RECIBIDO EN SU ESTACION DE SERVICIO LA SUPERVISION DE :



35 FP contestaron que han recibido la supervisión de Pemex, cada mes y sin falta, representando el 54.7% ; 28FP que representan el 43.7% respondieron que tanto Pemex como otras instituciones gubernamentales y empresas particulares, sí los han visitado. Entre las instituciones gubernamentales están: la Dirección General de Operaciones Hidráulicas (DGCOH), SECOFI, PROFECO, DDF, la Delegación política donde se encuentra ubicada la estación de servicio y Protección civil, estas instituciones no son las que Pemex autoriza, ya que cada una de éstas realiza un trabajo diferente al de Pemex, pero de igual importancia.

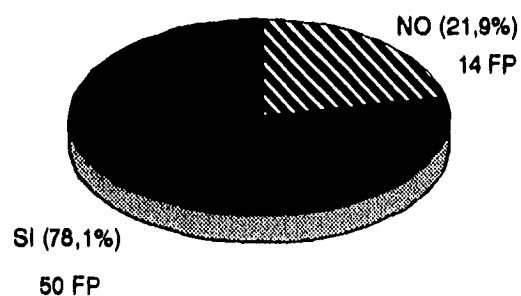
Entre las empresas particulares contratadas por Pemex para realizar pruebas de hermeticidad, están: Bureau Veritas Mexicana y Labser Gas Comercializadora, las cuales son las únicas empresas mencionadas ya que las demás personas entrevistadas no recordaban el nombre, pero afirmaron que sí se han presentado para realizar pruebas de hermeticidad. Por último 1 FP, afirmó sólo haber recibido la supervisión de la DGCOH y PROFECO representando el 1.6% .

13. AL INCORPORARSE A LA FRANQUICIA PEMEX, SU NUMERO DE EMPLEADOS :



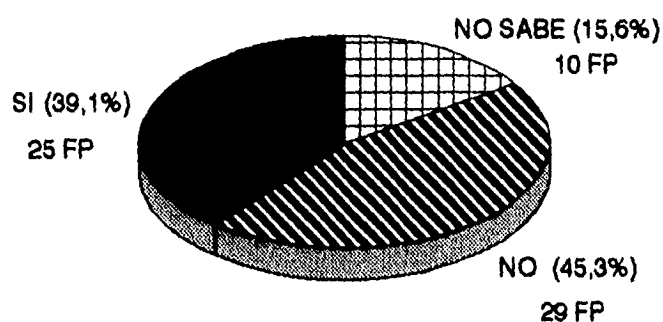
El 81.3% que es representado por 52 FP visitadas respondieron que el número de empleados en su estación de servicio es el mismo, argumentando que son suficientes; 10 FP representadas por el 15.6% contestó que su número de empleados aumento mientras que 2 FP representadas por el 3.1% respondieron que su número de empleados disminuyo.

14. RECIBIERON CAPACITACION SUS DESPACHADORES.



El 78.1% que corresponde a 50 FP sí han capacitado a sus despachadores, dicha capacitación consiste en: operar los dispensarios y prestar el servicio con rapidez y cortesía; la duración de esta capacitación va desde una pequeña plática hasta dos semanas, uno, dos o tres meses. En algunas estaciones de servicio los despachadores son capacitados antes de empezar a trabajar mientras que las 14 FP restantes representadas por el 21.9% no capacitan a sus despachadores argumentando que sobre la marcha aprenderán como manejar los dispensarios, olvidándose de capacitarlos en como prestar un buen servicio.

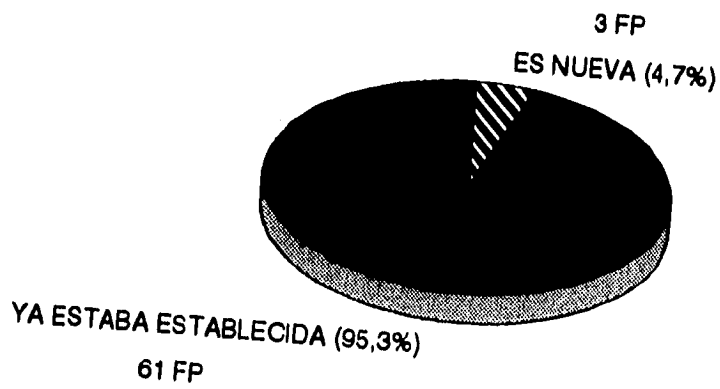
15. ¿ FUNCIONA EN AL ACTUALIDAD CON FINANCIAMIENTO ?



El 39.1% que representa a 25 FP han adquirido financiamiento para remodelar y construir su estación de servicio, entre las entidades financieras se encuentran: Banorte 1 FP, Bancrecer 1 FP, Banco Mexicano 2 FP, Arrendamiento Financiero 1 FP, FINARENT 1 FP, Banpaís 2 FP, Mercantil Probusa 1 FP, Banca Promex 1 FP, Bancomer y Banamex 1 FP, Unión de Crédito de Veracruz 1 FP, Pemex 3 FP, Secretaría de Marina 1 FP y las 7 FP restantes 3 FP respondieron que era una institución bancaria 1 FP que era una Arrendadora y 2 FP sólo respondieron que era una Unión de Crédito.

De las 29 FP que representan el 45.6% respondieron no haber adquirido algún financiamiento, algunos argumentaron que no era necesario ya que ellos cuentan con capital propio, otros respondieron que los intereses son muy altos, entre otros que no respondieron explicando que era información confidencial. La opción No Sabe, fué contestada por 10 FP representando el 15.6% porque las personas entrevistadas no tienen acceso a esa información y el único que sabe es el dueño.

16. LA ESTACION DE SERVICIO :

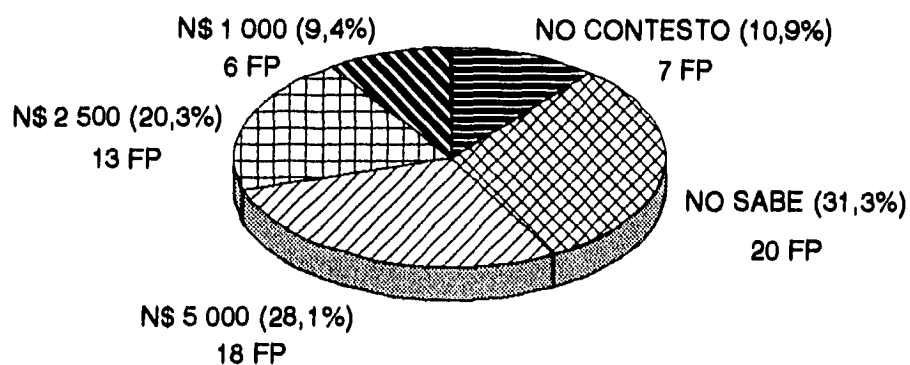


61 FP que representan el 95.3% ya estaban establecidas, de las cuales 18 FP no se han remodelado a pesar de que algunas se han incorporado desde 1992. 3 FP son nuevas representando el 4.7% .

17. ¿ CUALES FUERON LOS TRAMITES PARA INCORPORARSE A LA FRANQUICIA PEMEX ?

Los trámites a seguir de las 61 FP ya establecidas para incorporarse a la FP son los mismos que realizan las FP nuevas, aclarando que el contrato de venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex ya se encuentra firmado.

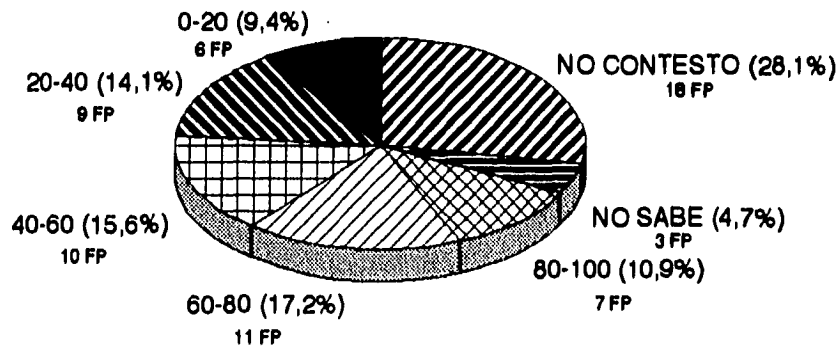
18. ¿ CUAL FUE SU CUOTA DE INCORPORACION A LA FRANQUICIA PEMEX ?



De las 64 FP visitadas, 6 que representan el 9.4% pagaron por su incorporación a la FP N\$ 1 000; 13 que representan el 20.3% pagaron N\$ 2 500 y 18, es decir, el 28.1% pagaron N\$ 5 000.

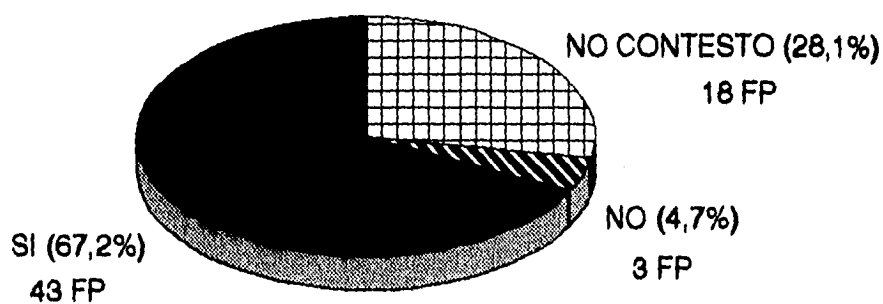
20 FP que representan el 31.3% respondieron no tener acceso a esa información ; 7 FP no contestaron representando el 10.9% entre ellas 3 nuevas no respondieron porque éstas pagan de acuerdo a la zona y el número de posiciones de carga mientras que las restantes no contestaron argumentando que esa información era confidencial.

19. ¿ EN QUE PORCENTAJE SE HA AUMENTADO LA CALIDAD Y LA RAPIDEZ EN SU SERVICIO ?



6 FP (2 de dos estrellas y 4 de tres estrellas) respondieron que la calidad y la rapidez en su servicio se incrementó de un cero a un veinte por ciento representando el 9.4%; 9FP (1 de dos estrellas y 8 de tres estrellas) respondieron que la calidad y la rapidez en el servicio aumento de un veinte a un cuarenta por ciento representando el 14.1%, 10 FP (2 de dos estrellas y 8 de tres estrellas) respondieron que la calidad y la rapidez de su servicio aumentó entre cuarenta y sesenta por ciento,representando el 15.6%. 11FP entre ellas una dos estrellas respondieron que el aumento fué de sesenta a ochenta por ciento, representando el 17.2%, 7 FP contestaron que aumentó en más de un ochenta por ciento, representando el 10.9%; 3 FP de tres estrellas contestaron no conocer esos datos, representando el 4.7% y 18 FP entre ellas 3 de dos estrellas no contestaron debido a que aún no se encuentran remodeladas, representando el 28.1% .

20. CONSIDERA QUE EL USO DE LOS NUEVOS ANUNCIOS PEMEX MEJORAN LA IMAGEN DE SU ESTACION DE SERVICIO.



Los nuevos anuncios Pemex mejoran la imagen de 43 FP (6 de dos estrellas y 37 de tres estrellas) las cuales argumentaron que los colores son muy llamativos, representando el 67.2%; mientras que 3 FP de tres estrellas consideraron que no, ya que en realidad son los mismos sólo un poco más vivos representando el 4.7%; 18 FP no contestaron por no estar remodeladas, representando el 28.1% .

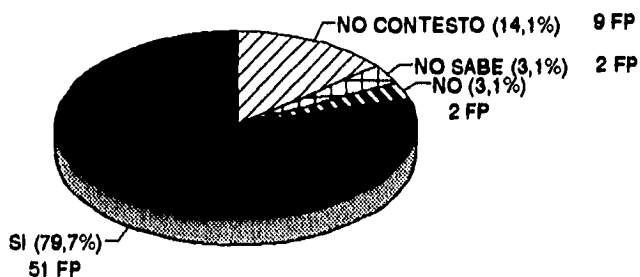
21. SEÑALE LAS PRINCIPALES VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE HA ENCONTRADO EN LA FRANQUICIA PEMEX A PARTIR DE SU INCORPORACION.

Las ventajas al incorporarse a la FP en las 64 estaciones de servicio visitadas son las mismas, argumentando que tienen: mejor imagen, más ventas, mayor comisión, mejor servicio, suministro de gasolina asegurado, mayor seguridad, apoyo de Pemex, buena tecnología en el equipo, créditos y participación en los cursos de actualización a nivel nacional organizados por Pemex junto con otras organizaciones del ramo gasolinero como: La Federación de Gasolineros de la Republica Mexicana (FGRM), Unión de Expendedores de Petróleo (UNEXP), Unión de Crédito de Distriduidores, etc.

Las desventajas señaladas por las FP entrevistadas son muy pocas tales como: la dependencia que se tiene con Pemex, los gastos de mantenimiento que con la comisión obtenida apenas y se cubren, el no poder vender otras marcas de lubricantes que el cliente pide, el alza de los intereses en los créditos obtenidos por algunas FP, el constante cambio en las especificaciones por parte de Pemex, el contrato que amarra por 10 años, la presión para ejecutar la obra en 6 meses, el equipo que se utiliza es importado por lo cual les cotizan en dolares y por último el burocratismo en los trámites a pesar de la desregularización aplicada por Pemex.

PARA SER CONTESTADA POR ESTACIONES DE SERVICIO DE 3 ESTRELLAS

22. CONSIDERA QUE ES UN VENTAJA SER UNA FRANQUICIA PEMEX DE 3 ESTRELLAS.



Contestaron esta pregunta 55 FP de tres estrellas , de las cuales 51 contestaron que sí era una ventaja, debido a que la comisión es más alta, se tiene mejor imagen y servicio reflejándose esto en las ventas, representando el 79.7%, mientras que 2 FP respondieron que no era una ventaja porque no les quedaba de otra, representando el 3.1% ; las otras 2 FP respondieron no saber, reflejando su desconocimiento sobre el programa, representando el 3.1% .

La opción No Contesto corresponde a las 9 FP de dos estrellas, representando el 14.1% .

CONOCIDOS LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO, LO QUE PROCEDE ES PRESENTAR LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES A LAS QUE SE LLEGO.

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

C O N C L U S I O N E S

Al término de la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. La hipótesis de trabajo es aceptada; la cual dice:
"Sí el franquiciado Pemex cumple con los objetivos del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio entonces mejorará la calidad y la rapidez en el servicio", fue aprobada en la investigación porque la mitad de la franquicias Pemex visitadas, sí cumplen con los objetivos del programa, el único problema se presenta en el objetivo de medio ambiente, porque a pesar de que las FP ya instalaron el sistema de recuperación de vapores, las pipas de Pemex no los recuperan; la última información obtenida por Pemex fue que a partir de julio de 1995, las FP deberían instalar los dispositivos necesarios para que las pipas de Pemex se conecten y extraigan los vapores, desconociéndose el tratamiento que Pemex le da a éstos.
2. El Programa de Modernización de Estaciones de Servicio es el resultado del Programa de Modernización de Empresas Públicas implantado por el gobierno salinista; el cual debe cumplir con cuatro objetivos fundamentales: seguridad, imagen, servicio y preservación del medio ambiente. La herramienta para el logro de estos objetivos es la Franquicia Pemex (FP) que se anunció el 18 de marzo de 1992 para cumplir con el objetivo primordial de crear estaciones de servicio rentables, lo cual hasta 1995 no se ha cumplido, culpando de esto a la actual crisis económica del país, lo cuál no es cierto ya que desde 1994 (cuando aún no había crisis) no se cumplía con el objetivo.
3. La efectividad como programa gubernamental hasta ahora no se ha podido determinar a pesar que la mayoría de los empresarios gasolineros conocen el programa y sus objetivos, el atraso se debe a la falta de liquidez por parte de los empresarios gasolineros o inversionistas mexicanos que deben pagar ciertas cuotas para incorporarse de más de N\$ 2 500 más IVA, sin olvidar los trámites que hasta 1994 eran 11 ahora se disminuyeron a 6 como resultado de la desregularización pero aún así se tiene que esperar un tiempo antes de que termine con estos trámites. Otro problema es el financiamiento, que a pesar de las convenios realizados con instituciones financieras, los créditos impiden a las gasolineras adquirir un financiamiento (para las estaciones de servicio establecidas) ya que las nuevas son tan pocas que es imposible determinar si para ellas es un beneficio.
4. Son muchos los elementos para conocer la efectividad del programa, como por ejemplo: la difusión del programa que se da entre los empresarios gasolineros, la cual ha sido buena; la

capacitación integral que deben tener los despachadores, que no es integral ya que sólo se limitan a capacitarlos en el conocimiento del equipo dejando a un lado el servicio al cliente que es muy importante y que en muchas estaciones de servicio no se les imparte, recordando que en una franquicia entre particulares el franquiciante debe capacitar al personal del franquiciado y esto Pemex no lo hace. Otro elemento, es la supervisión por parte de Pemex a los franquiciados que es una vez cada mes, en promedio, lo cual ha creado desconfianza entre los empresarios gasolineros ya que hay dependencias del gobierno que también los supervisan incluso los engañan para conocer su situación económica.

5. Un argumento que llamó la atención en este programa fue que se incrementarían los empleos en el país con la aplicación de este programa, lo cual no se ha cumplido porque el número de empleados en las estaciones de servicio ya establecidas son los mismos, especificando que no podrían ser más y si este argumento hacía referencia a las nuevas estaciones de servicio, esto no puede ser ya que de 64 FP visitadas sólo tres son nuevas en el D. F. sin incluir las FP que se negaron a contestar el cuestionario las cuales ya estaban establecidas e incluso sin remodelarse.

6. La venta de lubricantes y aceites marca Pemex se realiza mediante un contrato firmado con Pemex pero en esta investigación se determinó que la mayoría de los dueños se quejan de que no puedan vender otros lubricantes y aditivos ya que los clientes se los piden.

7. Las ventajas del Programa de Modernización de Estaciones Servicio para todas las FP son las mismas y las desventajas del programa son mínimas aunque la mayoría de los entrevistados confesó no encontrarle ninguna desventaja, entre las mencionadas están: la gran dependencia que se tiene con Pemex rompiendo el argumento de Pemex que dice: "con la FP habrá descentralización; los gastos de mantenimiento que apenas se cubren con la comisión; el contrato que los amarra a Pemex por 10 años y que no pueden dar marcha atrás y el burocratismo en los trámites a pesar de la desregularización haciendo notar que las desventajas aunque mínimas son más importantes que los beneficios.

8. Comparando a la FP con las franquicias otorgadas entre particulares podemos decir que la FP sigue el mismo esquema, es decir, el uso y otorgamiento de una marca o nombre comercial, la cual es Pemex; los conocimientos técnico que se dan con el libro de especificaciones y el manual de franquicia Pemex, la asistencia que da Pemex con los cursos de actualización, se cuenta con un Contrato de Franquicia Pemex en el que se estipulan los lineamientos para el buen uso de la FP, la única diferencia estriba en que el franquiciante que es Pemex, no cobra regalías, sino que otorga una comisión por cada litro de combustible que le compre el

franquiciado Pemex pero aún así tiene muchas debilidades, como es el caso de la falta de información por parte de Pemex en cuanto al estado que guarda la franquicia y la falta de una unidad piloto que asegure el buen funcionamiento de la franquicia Pemex.

9. Al aplicar la investigación de campo se encontraron FP de una estrella, las cuales explicaban que están incorporadas a la FP pero que aún no se van a remodelar por lo que son FP de una estrella. También se encontraron gasolineras que en ningún momento se han incorporado a la FP pero que en la lista de FP facilitada se encuentran como franquicia, haciendo pensar que hay un desorden en Pemex - Refinación incluyendo en la lista a quienes vayan a preguntar.

10. En lo que respecta a la privatización de esta área de Pemex debido al programa es imposible pensar en ésta, ya que tiene algunas debilidades que se tendrán que estudiar a fondo para pensar en una privatización aunque no es imposible en esta dependencia.

11. Administrativamente el programa contiene muy buena planeación el problema está en el control a pesar de ser excesivo por parte de Pemex no es lo eficiente para que realmente el programa se aplique como debe de ser, me refiero al servicio y a la capacitación más que nada.

12. Para finalizar el inversionista mexicano que desee pertenecer a las FP y obtener beneficios a largo plazo debe analizar su situación económica, ya que si no cuenta con esto no es conveniente incorporarse.

RECOMENDACIONES

Como resultado del Análisis de la Penetración del Programa de Modernización de Estaciones de Servicio en el Distrito Federal o Franquicia Pemex, se sugiere o recomienda lo siguiente:

1. Pemex - Refinación debe dar a conocer en términos reales los resultados obtenidos de la FP para que los inversionistas conozcan la rentabilidad que pudiera tener una estación de servicio.

2. Se ha mencionado que los bienes y servicios básico necesarios para remodelar o construir una estación de servicio son importados, lo cual ha causado un atraso en el cumplimiento del programa, por lo que se sugiere que Pemex - Refinación ayude a que estos proveedores se acerquen más a los empresarios gasolineros, porque a pesar de que el programa de subfranquiciantes desapareció esto no quiere decir que Pemex deje solos a los empresarios; es importante crear un catálogo de proveedores de bienes y servicios básicos que sirva a los empresarios gasolineros para hacer sus cuadros comparativos de proveedores y sea más rápida la compra de bienes y servicios básicos que permita cumplir con el programa.

3. Pemex - Refinación debe realizar convenios con instituciones financieras que realmente otorguen créditos accesibles o desarrollar un esquema de refinanciamiento ya que se observó que la falta de liquidez impide que el programa se realice; debe evitar presionar demasiado a los empresarios gasolineros y hacerles prorrogables los plazos en los trámites en tanto se estabiliza la situación económica del país.

4. Es importante que Pemex - Refinación realice investigaciones de mercado antes de otorgar una nueva franquicia, porque los empresarios gasolineros se quejan de que se están otorgando franquicias sin importar la diferencia de 200 mts. entre una y otra FP ocasionando que las de venta de éstos se vean mermadas.

5. Pemex - Refinación debe exigir una buena capacitación para los empleados, que abarque desde explicar ¿qué es el programa? y lo más importante, una buena atención al cliente, porque Pemex - Refinación sólo se limitó a entregar el manual, cuando en toda franquicia es importante la asistencia que el franquiciante debe prestar al franquiciado y la misma importancia debe tener el servicio prestado ya que es el éxito de todo negocio franquiciado.

6. Uno de los objetivos de la FP es que Pemex desapareciera las prácticas monopólicas pero esto no puede ser ya que Pemex necesita asegurar la venta de sus productos, ocasionando que los empresarios gasolineros se vean descontentos ya que sólo pueden vender lubricantes y aceites marca Pemex, se sugiere que Pemex permita la venta de aceites y lubricantes de otras marcas que solicitan los cliente.

7. Es necesario recordarle a Pemex que las estaciones de servicio se encuentran en la República Mexicana por lo que es imposible que éstas puedan verse iguales a las de otros países, en especial los desarrollados.

8. Las desventajas son tan importantes que se sugiere un estudio que permita proponer soluciones a las mismas.

BIBLIOGRAFÍA

Y

HEMEROGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

CHIAVENATO, Idalberto, La teoría general de la administración, México, Mc Graw Hill, 1992.

REYES, Ponce Agustín, Administración de empresas teoría y práctica, primera parte, México, Limusa, 1990.

STANTON, William y Futrell Charles, Fundamentos de mercadotecnia, México, Mc Graw Hill, 1990.

ZORRILLA, A., Santiago y Torres X., Miguel, Guía para elaborar la tesis, México, Mc Graw Hill, 1993.

ZORRILLA, A., Santiago, Introducción a la metodología de la investigación, México, Aguilar León y Cal Editores, 1992.

FISHER, Laura, Investigación de mercados, México, Mc Graw Hill, 1991.

GONZÁLEZ C., Enrique y Rodrigo, Franquicias; La Revolución de los 90, México, Mc Graw Hill, 1991.

HERBERT, Gross y Walter Skaupy, Un secreto comercial: el Boom de los sistemas de franquicias, México, Anaya, 1970.

CASA, Fco. y Casabo M., La franquicia, la comercialización más allá de 1992, México, Ediciones Gestión 2000, 1989.

STEVEN, Raab, Franquicias ventajas y desventajas, México, Limusa, 1991.

PETRÓLEOS MEXICANOS, Memoria de labores 1993, México, PEMEX, 1994.

PETRÓLEOS MEXICANOS, Memoria de labores 1994, México, PEMEX, 1995.

READER'S DIGEST MÉXICO, Gran diccionario enciclopédico ilustrado, México, Mexicana, 1972, TOMO III.

HEMEROGRAFÍA

HUERDO, Lange Juan, " Franquicias, la mesa está puesta " en Expansión, núm. 578, México, noviembre 13 de 1991, págs. 125 a 127.

VERNON, John M. " Llegaron las franquicias " en Expansión, núm. 554, México, noviembre 27 de 1990, p. 131.

HOPE, María, " Franquicias, ahora es cuando " en Expansión, núm. 565, México, mayo 15 de 1991, págs. 35 a 40.

HOPE, María, " Franquicias PEMEX, todo en una gasolinería " en Expansión, núm. 611, México, marzo 17 de 1993, págs. 26 a 35.

VERNON, John M., " Franquicias, the yankees are coming " en Expansión, núm. 554, México, noviembre 21 de 1990, págs. 122 a 125.

BARREDA, Villarreal Raquel, " Para evitar las franquicias " en El Empresario, México, 24 de mayo de 1993, pp. 18 y 19.

SECOFI, " Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial " en Diario Oficial de la Federación, México, junio 27 de 1991, pp. 19 y 20.

SECOFI, " Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial " en Diario Oficial de la Federación, México, noviembre 23 de 1994, p. 45.

ORTEGA, Pizarro Fernando, " Gracias a las franquicias, ya está presente aquí el American Way of Life " en Proceso, núm. 824, México, agosto 17 de 1992, p. 19.

PETRÓLEOS MEXICANOS, " Programa de franquicias " en Perspectiva,
núm. 2, México, febrero de 1993, p. 8.

PETRÓLEOS MEXICANOS, " Marco Conceptual " en Franquicias un factor
ante el cambio, México, 1994.

ROBLES, Mónica, " Red privada de distribución de petrolíferos " en
Fórmula Energética, núm. 2, México, abril de 1994, p. 13.

UNIÓN DE CRÉDITO DE LOS DISTRIBUIDORES EN COMBUSTIBLES Y
LUBRICANTES, " Editorial " en Fórmula Energética, núm. 1, México,
diciembre de 1993, p. 2.

ROSALES, Rubén, " El gobierno no dejará solos a los empresarios:
CSG " en Fórmula Energética, núm. 1, México, diciembre de 1993, p.
4.

PEMEX, " Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el
Ramo del Petróleo " en Marco Jurídico Básico, México, 1991.

LOZANO, Estrella Eva, " Ante la nula Rentabilidad los gasolineros
se dicen engañados " en El Financiero, México, febrero de 1995, p.
32.

HUERDO, Lange Juan, " Franquicias, El valor del manual " en
Expansión, núm. 558, México, febrero 6 de 1991, pp. 44 a 45 .

ANEXOS

1. DIRECTORIO DE CENTROS DE TRABAJO PEMEX -
REFINACIÓN.
2. PROGRAMA DE ESTACIONES DE SERVICIO 2 Y 3
ESTRELLAS.
3. LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DE NORMAS
DE IDENTIDAD EN ESTACIONES DE SERVICIO
INCORPORADAS AL SISTEMA DE FRANQUICIAS.
4. SOLICITUD PARA CONSTRUIR Y OPERAR NUEVAS
ESTACIONES DE SERVICIO.
5. CONVENIO QUE ESTABLECE LOS LINEAMIENTOS
PARA SOLICITAR LA SUSTITUCIÓN DE LOS
TITULARES DE LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA
Y DE VENTA DIRECTA AL PÚBLICO DE PETROLI-
FEROS Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.
6. CONTRATO PARA LA VENTA DIRECTA AL PÚBLICO
DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.
7. CONTRATO DE FRANQUICIA PEMEX.

ANEXOS

1. DIRECTORIO DE CENTROS DE TRABAJO PEMEX - REFINACIÓN.
2. PROGRAMA DE ESTACIONES DE SERVICIO 2 Y 3 ESTRELLAS.
3. LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DE NORMAS DE IDENTIDAD EN ESTACIONES DE SERVICIO INCORPORADAS AL SISTEMA DE FRANQUICIAS.
4. SOLICITUD PARA CONSTRUIR Y OPERAR NUEVAS ESTACIONES DE SERVICIO.
5. CONVENIO QUE ESTABLECE LOS LINEAMIENTOS PARA SOLICITAR LA SUSTITUCIÓN DE LOS TITULARES DE LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y DE VENTA DIRECTA AL PÚBLICO DE PETROLÍFEROS Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.
6. CONTRATO PARA LA VENTA DIRECTA AL PÚBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.
7. CONTRATO DE FRANQUICIA PEMEX.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

**DIRECTORIO
DE CENTROS DE TRABAJO
PEMEX - REFINACION**





PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

**GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS
LIC. ALBERTO MENENDEZ GUZMAN**

GERENTE

MARINA NACIONAL 329
TORRE EJECUTIVA PISO 25
COL. HUASTECA, C.P. 11311
MEXICO, D.F.
TEL. 254-47-51
CONM. 250-26-11
EXTS. 2-17-03 Y 2-36-68
FAX. 254-48-16

**ARQ. HUGO LEON AGUILAR
SUBGERENTE DE CONTROL DE LA FRANQUICIA**

LOPE DE VEGA 132, PISO 7°
COL. CHAPULTEPEC MORALES, C.P. 11570
MEXICO, D.F.
TEL. 531-51-10
CONM. 250-26-11
EXT. 2-97-08

SUBGERENCIA DE ADMINISTRACION DE LA FRANQUICIA

LOPE DE VEGA 132, PISO 8°
COL. CHAPULTEPEC MORALES, C.P. 11570
MEXICO, D.F.
TELS: 254-12-74
254-34-38

**LIC. SAMUEL HERNANDEZ LOPEZ
SUBGERENTE DE PROMOCION Y CONTRATOS**

LOPE DE VEGA 132, PISO 9°
COL. CHAPULTEPEC MORALES, C.P. 11570
MEXICO, D.F.
TEL. 254-39-60
CONM. 250-26-11
EXT. 2-89-25



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

GERENCIAS COMERCIALES DE ZONA

GERENCIA COMERCIAL ZONA CENTRO

ING. FEDERICO MONTALVO ROBLES

GERENTE

ACCESO "E" S/N, ZONA INDUSTRIAL BENTO JUAREZ

C.P. 76712, QUERETARO, QRO.

TEL: 91-(42)-17-31-33, 17-10-96

FAX: 17-45-41

GERENCIA COMERCIAL ZONA NORTE

ING. EMILIO ESTOLANO GONZALEZ

GERENTE

CAMINO MINERA DEL NORTE KM 3

C.P. 66350, SANTA CATARINA, N.L.

TEL: 91-(83)-88-82-82, 51-93-05

FAX: 91-(5)-250-26-11 EXTS. 212-10 Y 284-21

GERENCIA COMERCIAL ZONA OCCIDENTE

ING. PANFILO PEREZ GUERRA

GERENTE

AV. LOPEZ MATEOS SUR No. 2220, COL. CIUDAD SOL

C.P. 45050, GUADALAJARA, JAL.

TEL: 91-(36)-47-52-26

FAX: 22-16-33

GERENCIA COMERCIAL ZONA SUR

ING. JORGE OLMOS ROJAS

GERENTE

AV. URANO No. 420, COL. ILANG, ILANG,

C.P. 92800, MPIO. BOCA DEL RIO, VER.

TEL: 91-(29)-21-72-61, 22-22-21

FAX: 21-86-07

GERENCIA COMERCIAL ZONA VALLE DE MEXICO

ING. MIGUEL ANGEL VALDES VALDES

GERENTE

LAGO NARGIS No. 34, COL. GRANADA,

C.P. 11520, MEXICO, D.F.

TEL: 91-(5)-250-84-03, 250-86-53

FAX: 250-85-27

UNIDAD COMERCIAL DE LA PENINSULA DE YUCATAN

ING. RAUL TORRE RODRIGUEZ

JEFE DE LA UNIDAD

CALLE 22 No. 201 x 21 Y 22, COL. GARCIA GINERES

C.P. 97070, MERIDA, YUC.

TEL: 91-(99)-20-12-10

FAX: 20-12-14



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

PROGRAMA DE ESTACIONES DE SERVICIO

2 Y 3 ESTRELLAS

★★★
FRANQUICIA

★★
FRANQUICIA



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

Programa de Estaciones de Servicio: 2 y 3 Estrellas

Todas las Estaciones de Servicio que se encuentran diseminadas a lo largo y ancho del País, incorporadas a la Franquicia Pemex o al margen de este Programa de Modernización, deben apegarse a las Especificaciones Generales para Proyecto y Construcción de Estaciones de Servicio emitidas por Pemex-Refinación.

En el caso de la red de Estaciones Franquiciadas, el esquema conceptual de la Franquicia Pemex considera 2 categorías de Estaciones: 2 y 3 Estrellas. Esta clasificación se refiere a las Estaciones de Servicio establecidas, en operación o en proceso de remodelación, toda vez que las nuevas Estaciones de Servicio nacen bajo la categoría de 3 estrellas.

La diferencia fundamental entre las Estaciones de Servicio que se identifican como 2 y 3 Estrellas radica en el cumplimiento de los aspectos de Imagen y Servicio, ya que en ambos casos, se debe observar los aspectos establecidos por Pemex-Refinación en materia de Seguridad y Protección al Medio Ambiente.

Lo anterior no significa que la Franquicia Pemex no propugne por el cumplimiento integral de los cuatro valores fundamentales que orientan su desarrollo: Seguridad, Protección al Medio Ambiente, Imagen y Servicio.

En los siguientes documentos usted podrá encontrar los aspectos fundamentales que caracterizan a las Estaciones de Servicio con categoría 2 y 3 Estrellas.

REQUERIMIENTOS QUE DEBEN CUMPLIR LOS PROPIETARIOS DE ESTACIONES DE SERVICIO CLASIFICADAS COMO "DOS ESTRELLAS" AL INCORPORARSE A LA FRANQUICIA PEMEX

I. SEGURIDAD

Válvulas de corte rápido Shut-Off en dispensarios a control remoto.

Válvulas de corte rápido en mangueras de dispensarios.

Sellos eléctricos "EYS" en instalaciones eléctricas dentro de áreas con clasificación peligrosa (Clase I División 1 y 2).

Extintores con carga vigente.

Conocimiento del reglamento de seguridad y operación de estaciones de servicio vigente.

Plan de contingencia que cubra prácticas de evacuación y contraincendio.

Instalación de interruptor de corriente eléctrica de emergencia.

Señalamientos (preventivos y restrictivos).

Conexión a tierra de estructuras, motores y equipos metálicos.

Conexión a tierra para descarga de A/T.

II. PROTECCION AL MEDIO AMBIENTE

Evitar la emisión de hidrocarburos a la atmósfera, debiendo instalar los accesorios correspondientes en tanques y tuberías de venteo, para la recuperación de vapores cuando Pemex lo haga exigible.

Lo anterior no aplica en las zonas metropolitanas de las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla, ya que en éstas se deberá iniciar la instalación de inmediato, con un plazo máximo para su ejecución de un año.

Sistema de control de presión a la descarga de las bombas sumergibles:

Consiste de un interruptor de corriente localizado en la bomba, el cual envía una señal de paro al motor cuando detecta que la presión sube o baja dentro del rango de operación de la bomba.

Instalación de pozos de observación o monitoreo con sistema detector de fugas.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

Cuando se cuente con tanques de doble pared, se deberán instalar sistemas de monitoreo de fugas en el espacio anular, en el registro donde se instale la bomba sumergible, así como el sistema de medición de acuerdo a especificaciones técnicas vigentes.

La red de drenaje debe apegarse a lo dispuesto en las nuevas especificaciones técnicas, edición 1992 (planos A-9 al A-11).

Taques y tuberías.

Sustitución de tanques y tuberías de acuerdo al tiempo que tengan de haber sido instalados.

Tanques

Todos los tanques con antigüedad de 15 años y más deben ser sustituidos en un plazo máximo de dos años, conforme a las especificaciones técnicas vigentes. Aquellos con antigüedad menor deberán ser sustituidos al cumplir los 15 años, otorgándose un plazo improrrogable de un año para terminar los trabajos de reposición.

Pruebas de Hermeticidad

Las pruebas de hermeticidad para tanques de almacenamiento enterrados serán del tipo no destructivas y se aplicarán como se indica a continuación:

Antigüedad en tanques	Aplicación de pruebas
De 0 a 10 años	Anual
10 a 15 años	Semestral

Los tanques que han sido recubiertos interiormente con fibra de vidrio, serán sustituidos en un plazo no mayor de un año, debiéndose efectuar pruebas de hermeticidad del tipo no destructivas cada seis meses hasta efectuar la sustitución.

Tuberías

Las tuberías con antigüedad mayor de 6 años deben ser reemplazadas de acuerdo a las nuevas especificaciones técnicas, otorgándose para ello plazo de 1 año.

Las tuberías con hasta 6 años de antigüedad deben ser sometidas a pruebas de hermeticidad cada 6 meses; al detectarse fugas debe sustituirse de inmediato por tuberías de doble contención, conforme a las especificaciones técnicas de Pemex.

La instalación de tuberías para recuperación de vapores en dispensarios se hará cuando se lleve a cabo la sustitución de las tuberías de producto, de acuerdo a los criterios ya señalados o antes si Pemex así lo determina.



PEMEX
REFINACIÓN

SUBDIRECCIÓN COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

III. SERVICIO

Atención con rapidez, esmero y cortesía en:

- El despacho de combustibles.
- La revisión y rectificación de niveles en vehículos, a solicitud del cliente.
- La limpieza de parabrisas.
- La expedición de notas de consumo.

Sanitarios al público: limpios, con mobiliario, accesorios y mamparas completos, en buen estado e iluminación adecuada.

Sanitarios de empleados: limpios, con mobiliario, accesorios y mamparas completos, en buen estado e iluminación adecuada.

Mantener la calidad de los productos Pemex mediante la revisión periódica de los mismos al través de laboratorios móviles.

Sustitución del sistema de cómputo en un plazo no mayor de 6 meses, del tipo mecánico al electrónico en dispensarios para garantizar exactitud en la cantidad del producto despachado, lo cual será verificado aleatoriamente con la "Jarra Patron".

Suministro de aire y agua en áreas de despacho específicas.

Exhibidores mostrando los diferentes tipos de aceite Pemex.

IV. IMAGEN

Empleo adecuado del logotipo institucional en anuncio independiente y faldón.

Anuncio independiente (promocional).

Faldón perimetral en área de despacho de gasolinas, el cual podrá ser con iluminación interior o en material opaco, conforme a nuevas especificaciones técnicas.

Señalamientos informativos.

Pintura en edificios, muros, bardas, guarniciones, columnas, etc., así como en el mobiliario y los equipos.

Iluminación en edificios, áreas de despacho, patios y anuncios independiente.

Nota: Las "Especificaciones Generales para Proyecto y Construcción de Estaciones de Servicio" que se mencionan en el presente documento se refieren a la edición 1994.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

REQUERIMIENTOS QUE DEBEN CUMPLIR LOS PROPIETARIOS DE ESTACIONES DE SERVICIO CLASIFICADAS COMO "TRES ESTRELLAS" AL INCORPORARSE A LA FRANQUICIA PEMEX

L SEGURIDAD

Válvulas de corte rápido Shut-Off en dispensarios a control remoto.

Válvulas de corte rápido en mangueras de dispensarios.

Sellos eléctricos "EYS" en instalaciones eléctricas dentro de áreas con clasificación peligrosa (Clase I División 1 y 2).

Extintores con carga vigente.

Conocimiento del reglamento de seguridad y operación de estaciones de servicio vigente.

Plan de contingencia que cubra prácticas de evacuación y contraincendio.

Instalación de interruptor de corriente eléctrica de emergencia.

Señalamientos (preventivos y restrictivos).

Conexión a tierra de estructuras, motores y equipos metálicos.

Conexión a tierra para descarga de A.T.

11. PROTECCION AL MEDIO AMBIENTE

Evitar la emisión de hidrocarburos a la atmósfera, debiendo instalar los accesorios correspondientes en tanques y tuberías de venteo, para la recuperación de vapores cuando Pemex lo haga exigible.

Lo anterior no aplica en las zonas metropolitanas de las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla, ya que en éstas se deberá iniciar la instalación de inmediato, con un plazo máximo para su ejecución de un año.

Todas las bombas de suministro de combustible deben estar instaladas en los tanques de almacenamiento (control remoto) contando con sistema de control de presión a la descarga:

Consiste de un interruptor de corriente localizado en la bomba, el cual envía una señal de paro al motor cuando detecta que la presión sube o baja dentro del rango de operación de la bomba.

Instalación de pozos de observación o monitoreo con sistema detector de fugas.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

Cuando se cuente con tanques de doble pared, debe instalarse un sistema de monitoreo de fugas en el espacio anular, otro en el registro donde se instale la bomba sumergible, así como el sistema de medición de acuerdo a las nuevas especificaciones técnicas.

La red de drenaje debe apegarse a lo dispuesto en las nuevas especificaciones técnicas, edición 1992 (planos A-9 al A-11).

Tanques y tuberías

Sustitución de tanques y tuberías de acuerdo al tiempo que tengan de haber sido instalados.

Tanques

Todos los tanques con antigüedad de 15 años y más deben ser sustituidos en un plazo máximo de dos años, conforme a las especificaciones técnicas vigentes. Aquellos con antigüedad menor deberán ser sustituidos al cumplir los 15 años, otorgándose un plazo improrrogable de un año para terminar los trabajos de reposición.

Pruebas de Hermeticidad

Las pruebas de hermeticidad para tanques de almacenamiento enterrados serán del tipo no destructivas y se aplicarán como se indica a continuación:

Antigüedad en tanques	Aplicación de pruebas
De 0 a 10 años	Anual
10 a 15 años	Semestral

Los tanques que han sido recubiertos interiormente con fibra de vidrio, serán sustituidos en un plazo no mayor de un año, debiéndose efectuar pruebas de hermeticidad del tipo no destructivas cada seis meses hasta efectuar la sustitución.

Tuberías

Las tuberías con antigüedad mayor de 6 años deben ser reemplazadas de acuerdo a las nuevas especificaciones técnicas, otorgándose para ello un año de plazo.

Las tuberías con hasta 6 años de antigüedad deben ser sometidas a pruebas de hermeticidad cada 6 meses; de detectarse fugas debe sustituirse en forma inmediata por tuberías de doble contención de acuerdo a las especificaciones técnicas de Pemex.

La instalación de tuberías para recuperación de vapores en dispensarios se hará cuando se lleve a cabo la sustitución de las tuberías de producto, de acuerdo a los criterios ya establecidos o antes si Pemex así lo determina.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

III. SERVICIO

Atención, rapidez, esmero y cortesía en:

- El despacho de combustibles.
- La revisión y rectificación de niveles en vehículos, a solicitud del cliente.
- La limpieza del parabrisas.
- La exhibición de notas de consumo.

Sanitarios al público: limpios, con mobiliario, accesorios y mamparas completos, en buen estado e iluminación adecuada.

Sanitarios de empleados: limpios, con mobiliario, accesorios y mamparas completos, en buen estado e iluminación adecuada.

Mantener la calidad de los productos Pemex mediante la revisión periódica de los mismos al través de laboratorios móviles.

Cuando los dispensarios sean electrónicos de una o dos mangueras, con una antigüedad menor a 5 años el arreglo de los mismos deberá cumplir con el concepto de posición de carga.

Los dispensarios que estén bajo las condiciones anteriores tendrán un plazo de 2 años a partir del quinto año para ser sustituidos por dispensarios nuevos de 4 mangueras conforme a las especificaciones técnicas, independientemente de su estado físico y de operación.

Cuando los dispensarios sean del tipo mecánico, con antigüedad de operación de más de cinco años y que recientemente se les haya cambiado o no el sistema de cómputo al tipo electrónico, tendrán un año para ser sustituidos por dispensarios nuevos de 4 mangueras para suministro de gasolinas y de 2 mangueras para suministro de diesel, de acuerdo a las especificaciones técnicas vigentes siempre y cuando el arreglo de los mismos cumpla con el concepto de posición de carga.

Suministro de aire y agua en áreas de despacho y/o específicas.

Exhibidores mostrando los diferentes tipos de aceite Pemex.

Uso obligatorio de uniformes.

Las áreas de despacho y circulación deben estar definidas de tal manera que garanticen vialidades funcionales para el usuario, así como para la descarga de combustibles.

El concepto posición de carga se aplicará conforme al siguiente criterio:

- Las islas de 6.00 mts. o menos tendrán 2 (dos) posiciones de carga.
- Las islas de 9.20 mts. tendrán 4 (cuatro) posiciones de carga, siempre y cuando existan 8.00 mts. de distancia entre paños de islas.
- Las islas de 12.00 mts. tendrán 4 (cuatro) posiciones de carga, siempre y cuando existan 8.00 mts. de distancia entre paños de islas.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

IV. IMAGEN

Empleo adecuado del logotipo institucional en anuncio independiente y faldón.

Anuncio independiente (promocional).

Faldón perimetral en área de despacho de gasolinas, el cual debe ser iluminado con material base de lona ahulada o acrílico, conforme a especificaciones técnicas.

Señalamientos informativos.

Pintura en edificios, muros, bardas, guarniciones, columnas, etc., así como en el mobiliario y equipos.

Iluminación en edificios, áreas de despacho, patios, anuncio independiente y faldón.

Áreas verdes (zonas jardinadas o jardinerías).

Nota: "Las especificaciones generales para proyecto y construcción de estaciones de servicio" que se mencionan en el presente documento se refieren a la edición 1994.

LINEAMIENTOS PARA LA APLICACION DE
NORMAS DE IDENTIDAD
EN ESTACIONES DE SERVICIO INCORPORADAS
AL SISTEMA DE FRANQUICIAS

LINEAMIENTOS PARA LA APLICACION DE NORMAS DE IDENTIDAD EN ESTACIONES DE SERVICIO INCORPORADAS AL SISTEMA DE FRANQUICIAS

La identidad de las estaciones de servicio franquiciadas, incluyendo los negocios adicionales que se encuentren establecidos en su predio, deberán sujetarse a los siguientes lineamientos:

Faldón o Marquesina

Se integra la placa de aluminio para la elaboración de faldones en estaciones de servicio incorporadas en la categoría de 3 estrellas.

En este elemento el proveedor de bienes y servicios podrá exhibir su nombre, razón social y/o logotipo, colocándolo en la parte superior del frente del local destinado para la comercialización de sus productos, con un máximo de 2.70 m de longitud por 0.90 m de altura.

El faldón deberá conservar las mismas características que el faldón de la zona de despacho, en cuanto a materiales y sistema de iluminación.

El faldón deberá colocarse a 0.30 m como mínimo del límite superior de la puerta de acceso o ventana del local de la tienda de conveniencia. (figura 1).

Edificios, Muros y Bardas

En todos los edificios, muros y bardas colindantes de la estación de servicio se emplearán colores neutros y claros señalados en las especificaciones para el establecimiento de la imagen e identidad institucional, ya sea que se utilicen los colores naturales de los propios materiales de acabado, o que éstos sean pintados quedando prohibido en cualquier caso el uso de guardapolvos.

La herrería de puertas, ventanas y demás elementos se pintará con esmalte de color blanco mate si está fabricada de fierro y si es de aluminio, éste será anodizado.

Queda estrictamente prohibida la utilización y aplicación de colores en tonalidades fuertes o de alto contraste.

Guarniciones

Las guarniciones de banquetas, áreas jardinadas y camellones deben pintarse de color amarillo (pms-116c).

Vitrinas y Mostradores

La publicidad y uso de vitrinas y/o mostradores en el exterior de los locales hacia el área de despacho de la estación de servicio, sólo podrá ser utilizada previa solicitud y aprobación de Pemex-Refinación.



PEMEX
REFINACIÓN

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

Módulos de servicio de Diesel

Los módulos de servicio de Diesel serán iluminados colocando una estructura metálica a los largo y ancho del módulo de servicio, a una altura de 2.20 cm. a partir del nivel de piso del módulo de servicio, y sobre éste se instalarán perimetralmente gabinetes de aluminio con lona ahumada e iluminación integral.

Representación Gráfica de la Franquicia en Anuncios Independientes.

La identificación de la FRANQUICIA se localizará en el espacio inmediato inferior al anuncio distintivo independiente elevado o en el espacio superior del anuncio independiente en piso (figuras 2 y 3).

La identificación de la FRANQUICIA será un gráfico en forma rectangular con dos o tres estrellas ubicadas arriba de la palabra franquicia.

En el anuncio elevado, este gráfico estará centrado en el espacio a ocupar hacia los lados, con una dimensión de 25 cm. de alto cada una; las letras también estarán centradas con respecto a los lados del anuncio, y serán de una altura de 30 cm. en el formato itálico (Figura 2).

Entre las estrellas y las letras habrá una separación de 5 cm. y de las estrellas al borde superior 10 cm.; igualmente de las letras al borde inferior también habrá 10 cm. de separación. Se incorpora el logotipo de "Diesel Sin".

Colores

Estrellas en rojo institucional; la palabra "FRANQUICIA" en el verde institucional; todo sobre fondo blanco.

Los proveedores de bienes y servicios sólo pueden anunciar los nombres genéricos de los servicios, tales como artesanías, cafeterías, refaccionaria, servicio eléctrico, etc. que estén autorizados por Pemex-Refinación, entre los dos soportes de la estructura metálica del anuncio distintivo independiente, en un espacio comprendido entre 2.80 y 6.30 m de altura, contados éstos a partir del nivel de piso terminado, con objeto de mantener un espacio libre mínimo de 1.20 m entre el anuncio más alto y la representación gráfica de la franquicia, para preservar visualmente el logotipo institucional de Petróleos Mexicanos.

Los anuncios deben ser de tipo tableta de dos caras o vistas, con dimensiones de 0.50 m de alto por 2.90 m de largo en color blanco, la separación entre uno y otro debe ser de 0.10 m disponiendo para el efecto de elementos separadores.

Las letras deben ser en todos los casos mayúsculas, con altura máxima de 0.30 m empleándose la tipografía univers 65 en color verde institucional.

Los materiales de fabricación de estos letreros, así como el sistema de iluminación seleccionado deben ser los mismos que los empleados en el propio anuncio distintivo independiente de Petróleos Mexicanos.

Cuando se instale el anuncio independiente en piso únicamente se instalará la representación gráfica de la franquicia (figura 3).

Para todos los casos en que se apliquen los colores institucionales verde y rojo se deberá igualar el tono indicado en el código pantone, independientemente del material en que se use y las mezclas requeridas para lograrlo.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

COMPLEMENTARIAS

Uniformes*

Los uniformes del personal de la estación de servicio, bata en el caso de los encargados, camisa y pantalón en el caso de despachadores y ayudantes, deberán confeccionarse con telas de algodón en los colores que los empresarios gasolineros consideren adecuados a su imagen corporativa. Dichas prendas deberán ostentar dos bordados con la representación de la FRANQUICIA (figuras 4 y 5) y en caso de que dichos uniformes ostenten publicidad de productos que los hayan patrocinado, deberán ser invariablemente de menores dimensiones que el logotipo de la "Franquicia Pemex".

Frente: Ubicado en la parte superior de la bolsa izquierda de la camisola o bata de 4 x 8 cm. (figura 6).

Espalda: Ubicado a 10 cm. a partir del cuello y centrado en la camisola o bata, agregado el logotipo Pemex en la parte inferior de 15 x 20 cm. (figura 6).

El propietario de la estación de servicio, podrá utilizar el nombre o razón social de la gasolinera en el uniforme de su personal, con letras bordadas en la espalda del mismo.

El nombre del empleado deberá aparecer en un gafete, que portará el trabajador en el lado derecho del frente de su uniforme o bata, en todos los casos no se debe rebasar el tamaño de los logotipos de Pemex y Franquicia ya especificados para utilizar en los uniformes.

Cualquier adición o modificación a los uniformes, deberá solicitarse a Pemex-Refinación para su análisis y aprobación en su caso.

Area de Despacho

Queda prohibido todo tipo de promoción y venta de productos en las áreas como techumbres, plafones, azoteas, módulos de abastecimiento, etc.

Area Verdes

Se determinarán las áreas verdes considerando como mínimo un porcentaje del 7% del total de la superficie del terreno que se utilice para la construcción de la estación de servicio. Cuando por razones de espacio sea estrictamente necesario disminuir las dimensiones de las franjas de zona verde, éstas serán para frentes municipales 1.00 m. y en colindación 0.60 m.

Anuncio en Piso.

Se permitirán anuncios hasta de 1.22 x 0.84 m, de 2 ó 3 caras, en forma horizontal o vertical dentro de un gabinete hermético, con iluminación interior y mantenimiento periódico; se apoyarán en un elemento estructural PTR de 76 por 76 mm. (3" x 3"), o tubo de acero galvanizado de 3" de diámetro.

* Aprobado por el Comité de Franquicias en su sexta sesión ordinaria del 8 de diciembre de 1993.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

Se colocará como máximo uno por cada 7 m² siempre y cuando no interfiera en la circulación dentro de la estación de servicio; la altura máxima total será la de la base del faldón de los propios locales franquiciados.

En el área de despacho deberá incluirse un anuncio restrictivo, que indique apagar su teléfono celular.

La suma de todos los anuncios publicitarios en la estación de servicio, no deberá exceder del número de posiciones de carga existentes.

Anuncios en carretera, avenidas o calles próximas a estaciones de servicio adheridas a la Franquicia.

Para informar al usuario de la localización próxima de una estación de servicio franquiciada, podrán instalar anuncios informativos en forma de rombo según norma internacional de información en carreteras y vías de acceso a automovilistas, en fondo color blanco, para carretera: logo de PEMEX-FRANQUICIA, número de estrellas y la distancia a la estación de servicio, (para carretera deberán estar a 5, 2 y 1 km. de la estación de servicio) y en ciudad en 500 y 250 m. en las vías de acceso importantes para la estación de servicio (figura 9).

Para cualquier aclaración consultar a la Gerencia del Sistema de Franquicias de Petróleos Mexicanos, ubicada en las oficinas del Centro Administrativo del D.F.

Anuncios en muros, fachadas y bardas.

En las bardas cuya altura sea menor de 3.5 m. a 2.00 m. del nivel de piso terminado deberá pintarse dos rayas continuas en color rojo PMS-185 de 5 cm. de ancho cada una y con separación intermedia de 5 cm. (figura 7).

En muros y fachadas con altura menor de 3.50 m. se permitirán anuncios de 1.22 y 0.84 m. con una separación mínima de 2.44 m. entre cada uno a 10 cm. de la raya roja inferior en bardas y a 30 cm. en fachadas (figura 7).

En las bardas que tengan una altura de 3.50 m. y mayores, las dos rayas continuas se pintarán a 3.00 del nivel de piso terminado y se permitirán anuncios de 1.80 x 1.22 m. con separación mínima de 3.60 entre cada uno y a 10 cm. de la raya roja inferior (figura 8).

Estos anuncios, deben ser contenidos dentro de un gabinete hermético, con instalaciones a prueba de explosión, iluminación interior, y mantenimiento que garantice su adecuado funcionamiento; sólo se podrán instalar en áreas clasificadas como no peligrosas.

Normas de publicidad en las áreas exteriores de la zona de abastecimiento en las estaciones de servicio franquiciadas.

Considerando que la Ley General de Salud establece las bases para que la publicidad sujeta a control sanitario, se realice en forma que preserve el bienestar físico y mental de la población, se enuncian las restricciones publicitarias y las políticas para la autorización de la publicidad exterior que se incorpore en las estaciones de servicio franquiciadas.

- No se autorizará la publicidad exterior de productos que promuevan la pornografía, que contengan propiedades sedantes, estimulantes o desinhibidores, o, que sean competencia a los elaborados por Petróleos Mexicanos.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

- En el caso de la publicidad de bebidas alcohólicas, tabacos y demás productos que regula la Ley General de Salud, que deban de contener las leyendas alusivas al riesgo para la salud en su consumo, estas deberán de incorporarse según lo establecido por la Ley y sólo permitirá un anuncio exterior, por cada giro de productos, por estación de servicio.
- Los productos no enunciados, también deberán de apegarse estrictamente a lo estipulado en el Decreto que Reforma, Adiciona y Deroga, Diversas Disposiciones del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad, publicado el 10 de junio de 1993 en el Diario Oficial de la Federación.

FALDON EN FACHADA DE PROVEEDOR DE BIENES Y SERVICIOS EN LA FRANQUICIA PEMEX

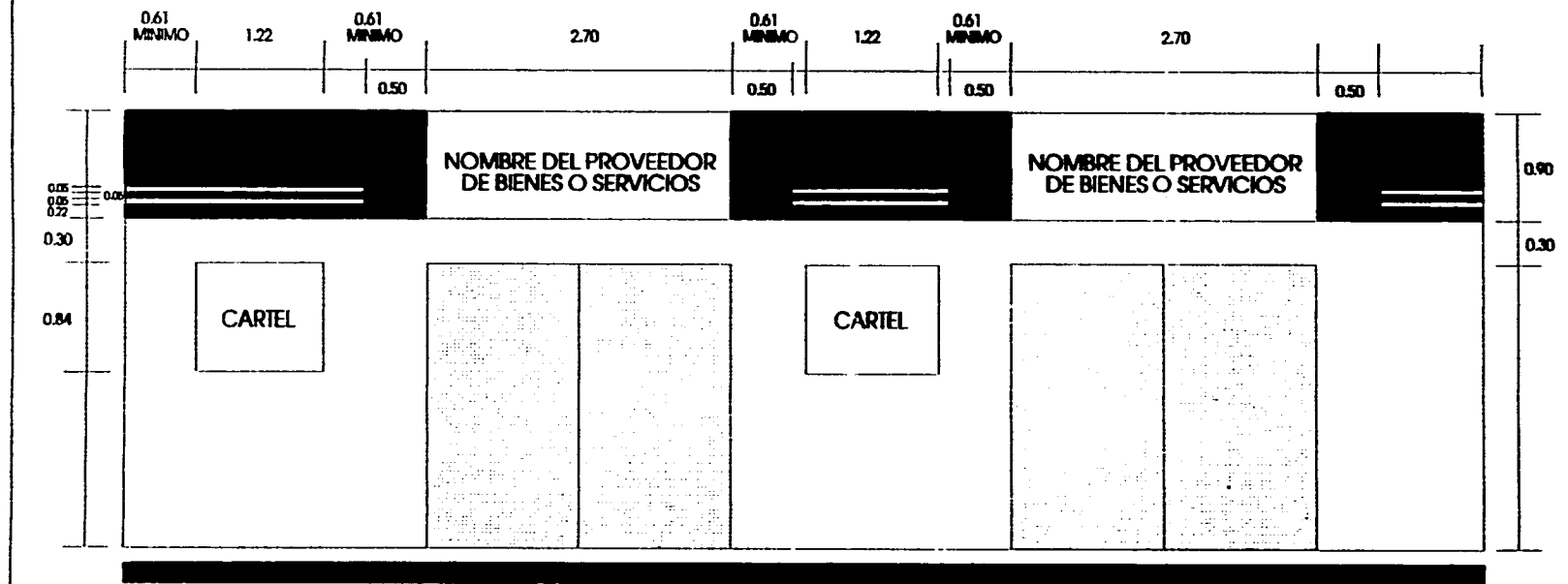
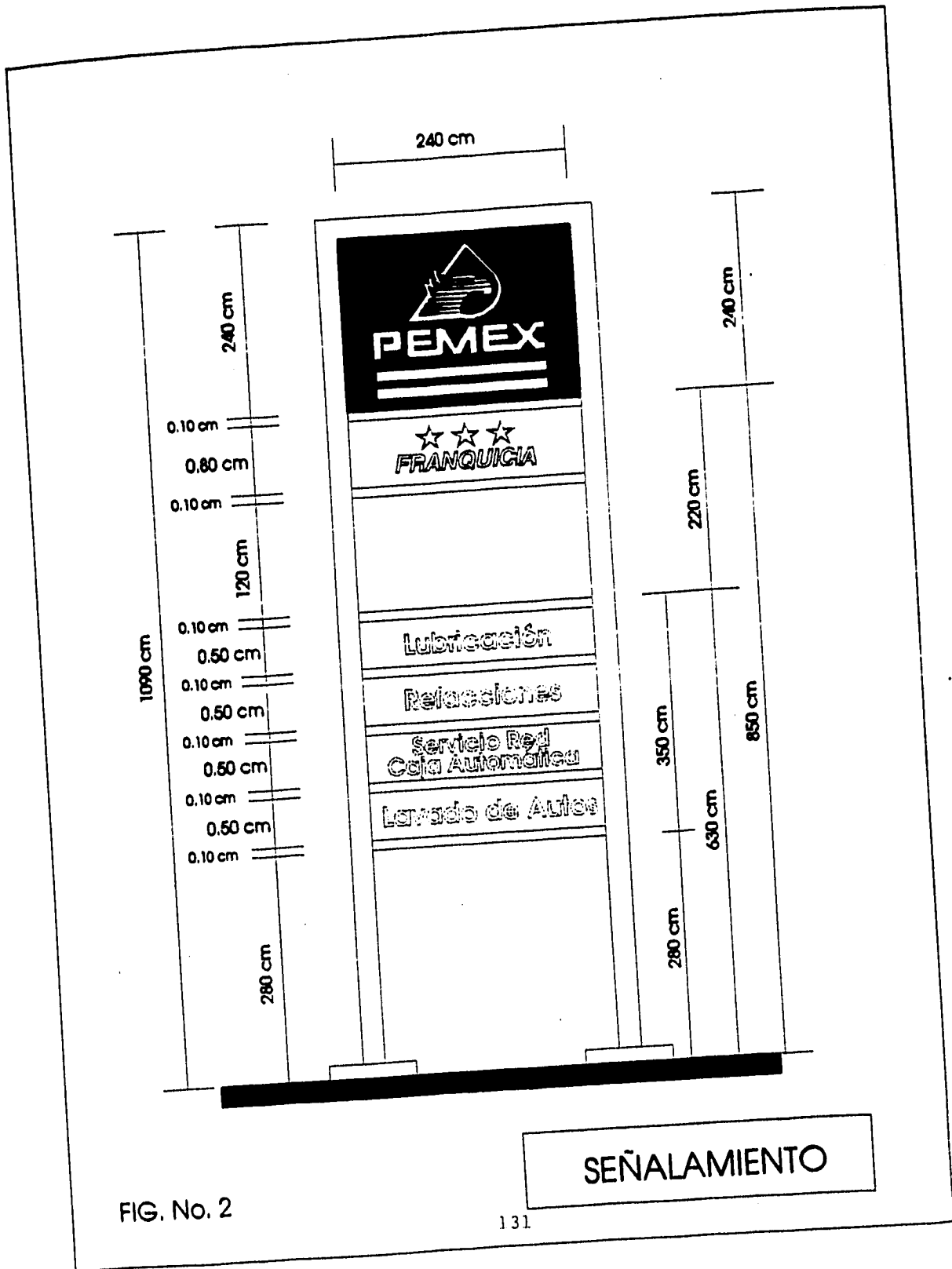
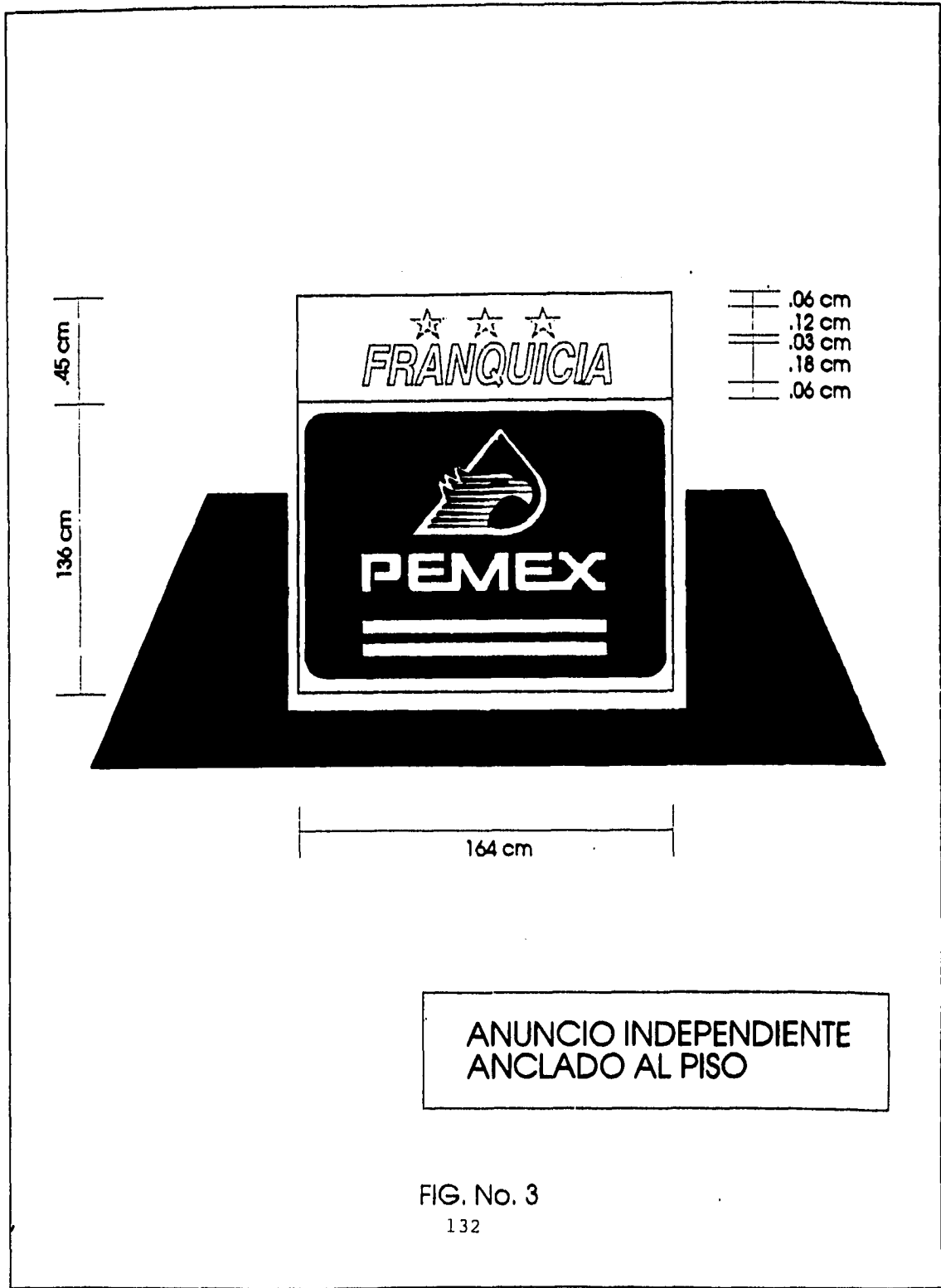


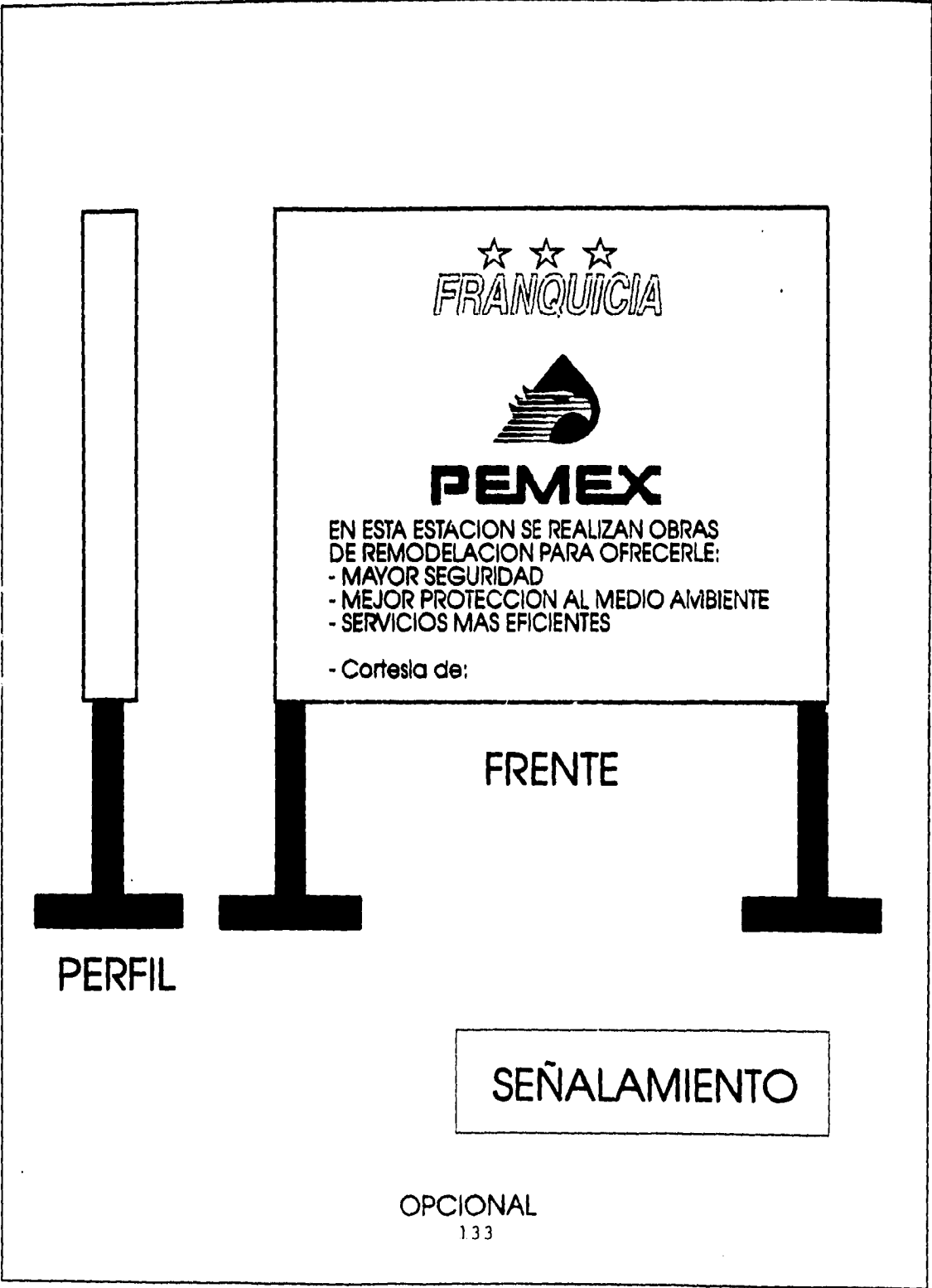
FIG. No. 1



SEÑALAMIENTO

FIG. No. 2





145 cm

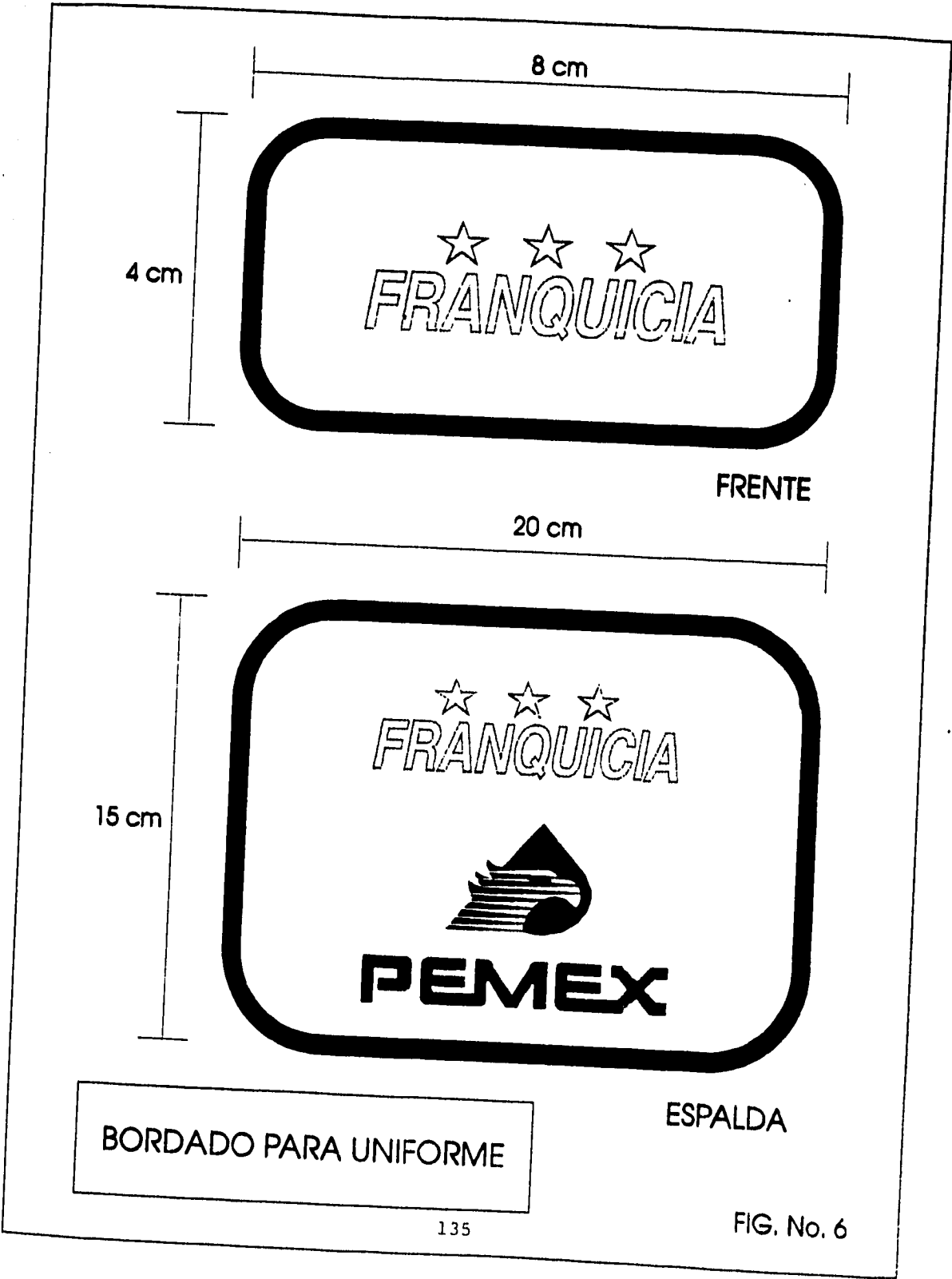
145 cm



TELÉFONO CELULAR

OPCIONAL

134



INFORMACION GRAFICA EN BARDAS INCLUIDAS EN ESTACIONES DE SERVICIO

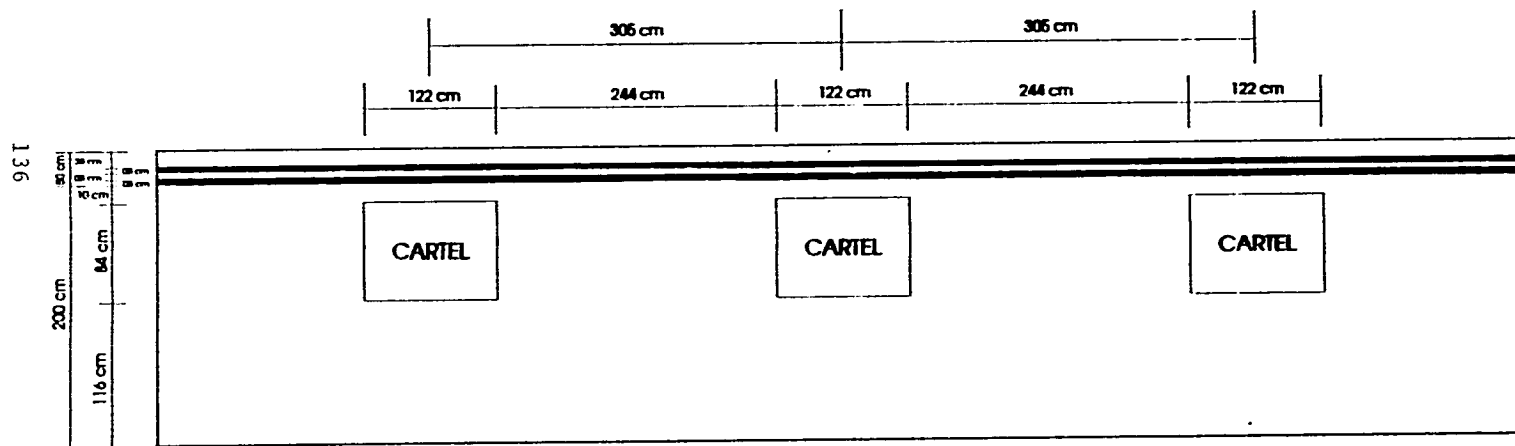


FIG. No. 7

INFORMACION GRAFICA EN BARDAS INCLUIDAS EN ESTACIONES DE SERVICIO

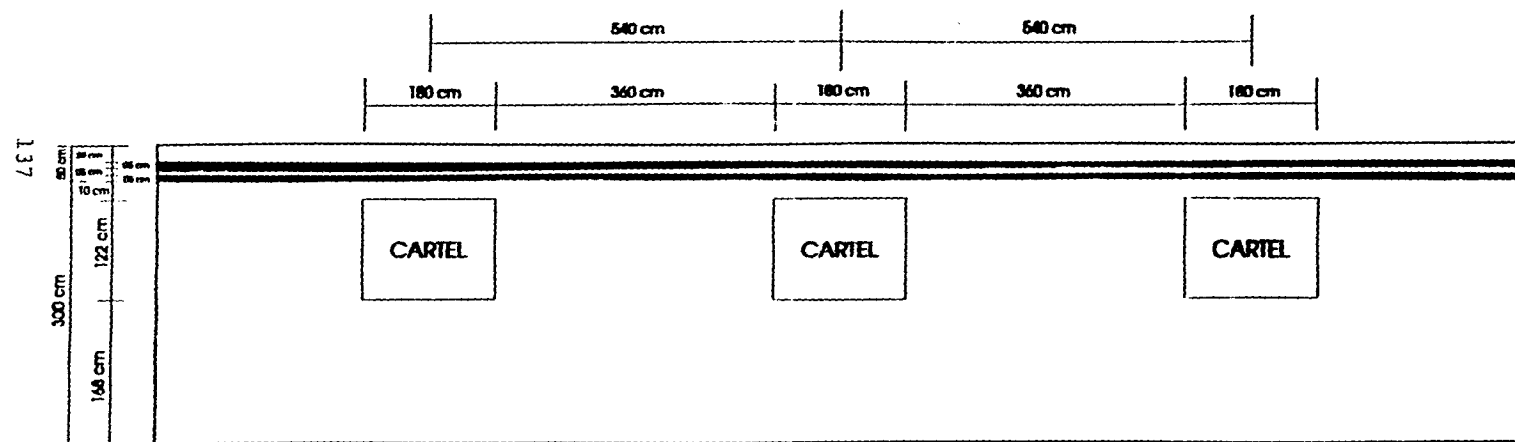


FIG. No. 8



ANUNCIO INFORMATIVO
PARA CARRETERA Y AVENIDA

FIG. No. 9

138



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

SOLICITUD PARA CONSTRUIR Y

OPERAR NUEVAS

ESTACIONES DE SERVICIO

INSTRUCTIVO SIN VALOR PARA TRAMITE

139

ELABORADO PARA
CONSTRUIR Y
OPERAR
ESTACIONES DE
SERVICIO NUEVAS
ESTACIONES DE
SERVICIO



PEMEX
REFINACION
 SUBDIRECCION COMERCIAL
 GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

**SUBDIRECCION COMERCIAL
 GERENCIA DE PRODUCTO GASOLINA Y DIESEL
 GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS**

No. Solicitud _____

**SOLICITUD PARA CONSTRUIR Y OPERAR ESTACIONES
 DE SERVICIO BAJO EL SISTEMA DE FRANQUICIAS**

I. INFORMACION GENERAL DEL SOLICITANTE

1. Identificación del solicitante:
 Persona física: Nombre(s) _____
 Persona moral: _____
 Representante legal _____

2. Domicilio para oír notificaciones: Calle _____ No. _____
 Colonia _____ Población _____
 Municipio _____ Estado _____ C.P. _____

3. Teléfono(s) Lada _____ Tel. _____
 Lada _____ Tel. _____
 Lada _____ Tel. _____

4. Ocupación del o de los solicitante(s) _____

5. Documentación que se presenta (original y copia):
 a) Acta(s) de nacimiento o cartas de naturalización ()
 b) Acreditación legal posesión del predio propuesto ()
 c) Croquis de localización y plano de población ()
 d) Copia Registro Federal de Contribuyentes ()

6. Tipo de solicitud: a) Nueva Estación: () Terrestre () Marina () Especial ()
 b) Cambio Ubicación: () No. de la Estación de Servicio _____



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

II. INFORMACION GENERAL DEL PREDIO

- Ubicación: Domicilio: _____
Municipio _____ Estado _____ C.P. _____
- a) Superficie total del predio: _____ m² b) Dimensión del frente principal _____
- Características de la zona:
 - Para predios dentro de poblaciones, señalar:
Número de habitantes: _____ Parque vehicular estimado: _____
 - Para predios sobre carreteras, señalar:

Población a menos de 10 Km.	Número de Habitantes	Parque Vehic. Estimado	Dist. al Predio en Km.
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
- Existencia de centro de:

a) concentración masiva en un radio de 15 metros. (Escuelas, clínicas u hospitales, instalaciones recreativas, líneas o estaciones de transportes)	SI	NO
	()	()
b) Plantas de Almacenamiento de Gas L.P. en un radio de 100 mts.	()	()
c) Existencia de Ductos de Pemex. Torres de Alta Tensión ó Subestaciones Eléctricas en un radio de 30 mts.	()	()

Especificar a) _____ Distancia a) _____ m

III. INFORMACION GENERAL DE LA ZONA

- Tipo de zona en que se ubica el predio:

Urbana	()	Habitacional	()	Agropecuaria	()
Suburbana	()	Comercial	()	Pesquera	()
Rural	()	Industrial	()	Turística	()
- Servicios municipales existentes:

a) Suministro de Agua	SI	NO	c) Servs. diversos	SI	NO	d) Circulaciones	SI	NO
-Red de agua potable	()	()	Línea eléctrica	()	()	Banquetas	()	()
-Red de agua residual	()	()	Línea telefónica	()	()	Arroyos	()	()
- Drenajes:

-Red Municipal Gral.	()
-Red pluvial	()
-Pozo de absorción	()



Sello del Centro de Trabajo receptor

Al ser aceptada la presente solicitud me comprometo a cumplir con lo establecido en los contratos de venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex y de Franquicia.

Fecha: _____ Firma solicitante y/o representante legal _____

INSTRUCTIVO SIN VALOR PARA TRAMITE



PEMEX REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

NOTAS GENERALES

- A) Este formato de solicitud deberá presentarse por duplicado y formulado con máquina de escribir.
B) No se dará trámite a ninguna solicitud en los siguientes casos:
1.- Si el formato de solicitud viene contestado en forma incompleta.
2.- No se adjunta la documentación completa y por duplicado, indicada en el punto 1.6.
3.- Si el trámite no lo realizan precisamente la(s) persona(s) e cuyo nombre se presenta esta solicitud, lo podrá efectuar su Representante Legal, previa identificación acreditando su personalidad, certificada por Fedatario Público.

NO SE DARA TRAMITE A SOLICITUDES PRESENTADAS O GESTIONADAS POR TERCERAS PERSONAS.

- C) De ser aprobada esta solicitud, la construcción de la estación de servicio se debe apegar al proyecto que apruebe Pemex-Refinación, el cual debe cumplir con las "Especificaciones Generales para Proyecto y Construcción de Estaciones de servicio" vigentes.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO

APARTADO I. INFORMACION GENERAL DEL SOLICITANTE

- 1) La solicitud puede presentarse a nombre de persona física o moral.
- 2) Indicar domicilio completo y código postal.
- 3) Indicar número de teléfono y clave leda correspondiente.
- 4) Los solicitantes deberán ser ciudadanos mexicanos, por nacimiento o por naturalización.
- 5) Ocupación del o de los solicitantes señalando claramente sus actividades empresariales.
- 6) Documentación que se presentará en original y copia, anexa a esta solicitud:
 - a) Acta(s) de nacimiento, certificado(s) de nacionalidad mexicana o carta(s) de naturalización de cada uno de los solicitantes, según sea el caso, certificada por el registro civil o fedatario público.
 - b) Presentar copia de escritura pública que acredite a favor del o de los solicitantes, la legal posesión del predio propuesto, o contrato de arrendamiento ratificados por Fedatario Público.
 - c) Plano general del predio propuesto.
 - d) Plano de la población señalando claramente la ubicación del predio propuesto.
- 7) Marcar con una cruz (X), si la solicitud es para construir una nueva estación de servicio o para cambiar la ubicación de una ya en operación, en cuyo caso se indicará su número.

PARTE II. INFORMACION GENERAL DEL PREDIO

- 1) Ubicación del predio:
 - a) En caso de estar dentro de población urbana, indicar calle, número oficial, colonia, población, municipio, estado y código postal.
 - b) En caso de estar sobre carretera, indicar su nombre, kilometraje, y margen donde se sitúa (Norte, Sur, etc.), indicando entre qué poblaciones se encuentra, municipio y estado.
- 2) Indicar la superficie total del predio en metros cuadrados (m²), anotando los metros lineales que presenta el frente principal del terreno.
- 3) Indicar nombre de poblaciones, número de habitantes en cada una de ellas, parque vehicular estimado y la distancia de éstas al predio propuesto.
- 4) Indicar la existencia de centros de concentración masiva existentes en un radio de 15 metros del predio propuesto, especificando si se trata de planteles educativos, clínicas u hospitales, instalaciones recreativas, líneas o estaciones de sistemas de transporte, teatros, auditorios, etc.

PARTE III. INFORMACION GENERAL DE LA ZONA

- 1) Señalar con una cruz (X), el (los) tipo(s) de zona(s) donde se ubica el predio.
- 2) Marcar con una cruz (X), si existen en la zona donde se ubica el predio, los servicios municipales que se mencionan.

NOTAS:

La constancia de trámite para construir y operar estaciones de servicio expedida por PEMEX-REFINACION implicará un costo al solicitante, el cual será cubierto mediante depósito bancario, el día de la firma de la documentación correspondiente. Sin excepción y bajo ninguna circunstancia se aceptarán pagos en efectivo.
La constancia de trámite que otorga PEMEX-REFINACION para construir y operar estaciones de servicio es intransferible.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

**CONVENIO QUE ESTABLECE LOS LINEAMIENTOS PARA
SOLICITAR LA SUSTITUCION DE LOS TITULARES DE LOS
CONTRATOS DE FRANQUICIA Y DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO
DE PETROLIFEROS Y LUBRICANTES MARCA PEMEX**





PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

CONVENIO QUE ESTABLECE LOS LINEAMIENTOS PARA SOLICITAR LA SUSTITUCIÓN DE LOS TITULARES DE LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE PEMEX-REFINACION, ORGANISMOS DESCENTRALIZADO SUBSIDIARIO DE PETROLEOS MEXICANOS, REPRESENTADO POR EL ING. JOSE ANTONIO CEBALLOS SOBERANIS, SUBDIRECTOR DE COMERCIALIZACION Y POR LA OTRA _____ REPRESENTADA POR EL SR. _____, A QUIENES EN LO SUCESIVO SE LES DENOMINARA PEMEX-REFINACION Y _____ RESPECTIVAMENTE LOS CUALES SE SOMETEN AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

PEMEX-REFINACION DECLARA:

- A) Que la distribución y venta de productos petrolíferos, en términos de la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el Ramo del Petróleo y su reglamento, es una actividad exclusiva de la nación, reservada a Petróleos Mexicanos y en consecuencia a sus organismos subsidiarios.
- B) Que es un organismo descentralizado subsidiario de Petróleos Mexicanos, creado por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 16 de julio de 1992, con personalidad jurídica y patrimonio propios.
- C) Que la distribución y venta de productos petrolíferos, puede llevarla a cabo directamente o a través de contratistas, en términos del Artículo 34 del Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en el ramo del petróleo.
- D) Que ha suscrito contratos para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex con propietarios de estaciones de servicio, lo cual les asegura el suministro de combustibles y garantiza el abasto al público consumidor.
- E) Que como parte integral del proceso de reestructuración de la industria petrolera, ha creado un Programa de Modernización de Estaciones de Servicio, con el propósito de mejorar la calidad de los servicios que en ellas se prestan, diversificar los productos que ofrecen a sus clientes, mejorar la calidad de sus equipos e instalaciones, incrementar su rentabilidad mediante un mayor aprovechamiento de su infraestructura y fortalecer la imagen de Petróleos Mexicanos y su subsidiaria Pemex-Refinación, a través de un sistema de comercialización denominado Franquicia.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

F) Que ha concertado programas de apoyo crediticio con instituciones financieras en favor de los propietarios de estaciones de servicio, a fin de que éstos tengan acceso a líneas de crédito que les permitan cumplir con los objetivos del Programa de Modernización que se instrumenta a través de la Franquicia.

_____ **DECLARA:**

A) Que está de acuerdo en apoyar con recursos propios y con los de la Banca de Desarrollo en condiciones preferenciales, las necesidades de financiamiento para la instalación o remodelación de estaciones de servicio, conforme a los lineamientos establecidos en la Franquicia Pemex, y de acuerdo a las normas para financiamiento establecidas por _____.

B) Que de conformidad con sus políticas crediticias, requiere el establecimiento de garantías reales, que en el presente caso se constituirán con las instalaciones y equipos de las estaciones de servicio.

C) Que está de acuerdo en realizar las gestiones necesarias para obtener la autorización de Pemex-Refinación para la transmisión de los derechos de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de petrolíferos en favor de un tercero, cuando por insolvencia del propietario de la estación de servicio, sea necesario garantizar el pago de las cantidades insolutas derivadas del incumplimiento del crédito otorgado, además se obliga a verificar que los terceros que pretendan la titularidad de los contratos, cumplan con los requisitos que para tal efecto se han establecido.

CLAUSULAS

PRIMERA. El objeto de este convenio, es establecer los lineamientos que deberán seguir las instituciones de crédito, para solicitar la sustitución judicial o extrajudicial del titular de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex, en los casos de incobrabilidad de los créditos que se les otorgue.

SEGUNDA. _____, tendrá el derecho de gestionar ante Pemex-Refinación la sustitución del titular de los Contratos de Franquicia y para la venta directa al público de Petrolíferos; con que opera la estación de servicio; en caso de incumplimiento en el pago de crédito otorgado, asumiendo el compromiso de efectuar la sustitución en favor de un tercero y a no tomar la titularidad de los contratos bajo ninguna circunstancia, verificando que los terceros que pretendan dicha titularidad, cumplan con los requisitos que para tal fin se han establecido.

TERCERA. _____ podrá realizar las gestiones señaladas en la cláusula segunda de este convenio, cuando el adeudo parcial o total a cargo del titular de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex que haya sido acreditado, tenga por lo menos 90 días de vencido o antes previa negociación con el acreditado.



PEMEX
REFINACIÓN

SUBDIRECCIÓN COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

CUARTA. Pemex-Refinación se obliga a atender las solicitudes de la Unión de Crédito de referencia y se compromete a considerar las propuestas presentadas para sustituir al titular de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex, siempre y cuando los futuros titulares reúnan los requisitos establecidos y que se enuncian a continuación:

- a) Ser de nacionalidad mexicana.
- b) Tener solvencia moral y económica.
- c) Asegurar la continuidad del servicio, con eficiencia y eficacia, y
- d) Incorporarse a la Franquicia Pemex.

QUINTA. Pemex-Refinación se compromete en un plazo no mayor de 30 días a resolver sobre la autorización del nuevo titular de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex.

SEXTA. Pemex-Refinación se obliga a continuar suministrando combustibles durante el período de sustitución del titular de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex, con el propósito de que la estación de servicio continúe operando sin ningún contratiempo, siempre y cuando se encuentre al corriente en el pago de los petrolíferos que se le suministran y que haya cumplido con toda las obligaciones derivadas de los contratos de referencia.

SEPTIMA. En los casos de rescisión de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de petrolíferos, Pemex-Refinación se obliga a comunicarle al _____ ya mencionado (a) con anticipación dicha decisión a efecto, de que se tomen las medidas necesarias respecto a los créditos otorgados.

OCTAVA. La Unión de Crédito se obliga a estipular en los contratos de crédito que celebre con los titulares de los contratos de franquicia y para la venta directa al público de combustibles y lubricantes marca Pemex, su adhesión y cumplimiento al presente convenio y a obtener la aceptación del acreditado.

NOVENA. El presente convenio tendrá una vigencia indefinida, pudiendo cualesquiera de las partes darlo por terminado mediante aviso por escrito a la contraparte sin menoscabo de concluir todos los asuntos que se encuentren en trámite.

DECIMA. Las partes se someten para la interpretación y cumplimiento del presente convenio a las leyes y tribunales federales de la Ciudad de México, para lo cual renuncian al fuero que les pudiera corresponder por razón de su domicilio presente o futuro.

PERSONALIDAD

Ing. José Antonio Ceballos Soberanis, quien acredita su personalidad en términos de la escritura notarial No. 69734 fecha 30 de noviembre de 1993, pasada ante la fe del Notario Público No.114 del D.F. Lic. María Teresa Rodríguez y Rodríguez.

Sr. _____, quien acredita su personalidad como apoderado y representante legal de _____, en términos de la escritura notarial No. _____ de fecha _____, pasada ante la fe del Notario Público No. ___ de _____;
Lic. _____

El presente convenio se firma por duplicado correspondiendo un ejemplar para cada una de las partes, en la Ciudad de México, D.F., a los ___ días, del mes _____ de 199__.

PEMEX-REFINACION

(Institución Financiera)

Ing. José Antonio Ceballos Soberanis
Subdirector de Comercialización

(Apoderado)

Testigos

Lic. Alberto Menéndez Guzmán
Gerente del Sistema de Franquicias

Revisión Jurídica

Lic. Jorge M. Magallón Gómez
Jefe de la Unidad Jurídica



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

CONTRATO PARA LA VENTA DIRECTA

AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y

LUBRICANTES MARCA PEMEX





CONTRATO PARA LA VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, PEMEX-REFINACION, REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR _____ EN SU CARACTER DE _____

Y POR LA OTRA EMPRESA _____ REPRESENTADA POR _____

A QUIENES EN LO SUCESIVO SE LES DENOMINARA PEMEX-REFINACION Y EL CONTRATISTA, RESPECTIVAMENTE Y LOS CUALES SE OBLIGAN AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

1. DECLARA PEMEX-REFINACION

1.1 QUE ES UN ORGANISMO DESCENTRALIZADO SUBSIDIARIO DE PETROLEOS MEXICANOS, CREADO POR DECRETO QUE APARECIO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 16 DE JULIO DE 1992, CON PERSONALIDAD JURIDICA Y PATRIMONIO PROPIOS.

1.2 QUE DE ACUERDO A LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 3º, 6º y 10º DE LA LEY REGLAMENTARIA DEL ARTICULO 27 CONSTITUCIONAL EN EL RAMO DEL PETROLEO; 3º 34º Y 36º DE SU REGLAMENTO Y 1º, 2º, 3º, FRACCION 11 Y 4 DE SU LEY ORGANICA, TIENE COMO OBJETO LA REALIZACION DE TODAS LAS ACTIVIDADES DE ORDEN TECNICO, INDUSTRIAL Y COMERCIAL QUE CONSTITUYEN LA INDUSTRIA NACIONAL DEL PETROLEO, ASI COMO TODAS AQUELLAS OTRAS ACTIVIDADES QUE DIRECTA O INDIRECTAMENTE SE RELACIONEN CON LA MISMA.

1.3 QUE LA DISTRIBUCION Y VENTA DE PRODUCTOS PETROLIFEROS, EN LOS TERMINOS DE LA LEY REGLAMENTARIA DEL ARTICULO 27 CONSTITUCIONAL EN EL RAMO DEL PETROLEO Y SU REGLAMENTO, ES UNA ACTIVIDAD EXCLUSIVA RESERVADA A PETROLEOS MEXICANOS Y POR CONSECUENCIA ES OBJETO Y SON MATERIA EXCLUSIVA DEL ORGANISMO SUBSIDIARIO PEMEX-REFINACION, SIENDO ESTOS LOS PROCESOS INDUSTRIALES DE LA REFINACION, ELABORACION DE PRODUCTOS PETROLIFEROS Y DE DERIVADOS DEL PETROLEO QUE SEAN SUSCEPTIBLES DE SERVIR COMO MATERIAS PRIMAS INDUSTRIALES BASICAS, ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS Y DERIVADOS MENCIONADOS.

1.4 QUE LA DISTRIBUCION Y VENTA DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES, PUEDE LLEVARLA A CABO DIRECTAMENTE, O ATRAVES DE CONTRATISTAS.

1.5 QUE PARA CUMPLIR DICHAS FUNCIONES, ES NECESARIO CONTAR CON UN SISTEMA DE ESTACIONES DE SERVICIO EFICIENTE Y DE LA MAS ALTA CALIDAD, QUE OFREZCAN LOS SERVICIOS QUE DEMANDE EL PUBLICO CONSUMIDOR.

1.6 QUE SU REPRESENTANTE TIENE FACULTADES PARA CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO.



PEMEX
REFINACION
SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

1.7 QUE SEÑALA, COMO DOMICILIO PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES, EL SITO EN AV. MARINA NACIONAL No. 329, COL. HUASTECA, EN MEXICO, DISTRITO FEDERAL, CODIGO POSTAL 11311.

11. DECLARA EL CONTRATISTA.

11.1 QUE ES UNA SOCIEDAD MERCANTIL CONSTITUIDA CONFORME A LAS LEYES MEXICANAS, EN LA CIUDAD DE _____ SEGUN CONSTA EN LA ESCRITURA PUBLICA, NUM. _____ OTORGADA ANTE LA FE DEL NOTARIO PUBLICO No. _____

11.2 QUE TIENE SU DOMICILIO
EN: _____

11.3 QUE SU REPRESENTANTE LEGAL ACREDITA SU PERSONALIDAD CON LA ESCRITURA PUBLICA No. _____ OTORGADA EL _____ DE _____ DE 19__ ANTE LA FE DEL NOTARIO PUBLICO.

11.4 QUE SU OBJETO SOCIAL PRINCIPAL ES LA VENTA AL PUBLICO DE GASOLINAS Y DIESEL SUMINISTRADOS POR PEMEX-REFINACION Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

11.5 QUE CUMPLE CON TODAS LAS ESPECIFICACIONES DE ORDEN TECNICO, ADMINISTRATIVO, ECOLOGICO, OPERATIVO Y DE SEGURIDAD EXIGIDOS POR PEMEX-REFINACION, Y POR LAS AUTORIDADES FEDERALES, ESTATALES Y MUNICIPALES COMPETENTES.

11.6 QUE CUENTA CON LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA LLEVAR A CABO EN FORMA EFICIENTE LA VENTA AL PUBLICO DE GASOLINAS Y DIESEL DE PEMEX-REFINACION, ASI COMO LOS LUBRICANTES MARCA PEMEX.

HECHAS LAS ANTERIORES DECLARACIONES, LAS PARTES QUE EN ESTE INSTRUMENTO INTERVIENEN, SE RECONOCEN PLENA PERSONALIDAD Y CAPACIDAD PARA CONTRATAR Y ESTAN CONFORMES EN SOMETERSE A LAS SIGUIENTES

CLAUSULAS

PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

ESTE CONTRATO TIENE POR OBJETO ESTABLECER LAS CONDICIONES CONFORME A LAS CUALES EL CONTRATISTA, LLEVARA A CABO LA VENTA DIRECTA AL PUBLICO USUARIO DE GASOLINAS, DIESEL Y LUBRICANTES MARCA PEMEX, PARA VEHICULOS DE COMBUSTION INTERNA.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

1.1 PEMEX-REFINACION ENTREGARA AL CONTRATISTA PARA SU VENTA AL PUBLICO, LAS GASOLINAS Y DIESEL MARCA PEMEX EN EL LUGAR, VOLUMEN Y PERIODICIDAD QUE SE SEÑALE EN EL PROGRAMA CONCERTADO DE REPARTO, MISMO QUE SE DEBERA CONVENIR ENTRE EL CONTRATISTA Y PEMEX REFINACION EN EL CENTRO DE VENTAS CORRESPONDIENTE

1.2 CONVIENEN LAS PARTES QUE LA VENTA DIRECTA A LA POBLACION DE LA GASOLINA, DIESEL Y LUBRICANTES MARCA PEMEX ENTREGADOS AL CONTRATISTA, SE LLEVARA A CABO A TRAVES DE LA ESTACION DE SERVICIO No. _____ UBICADA EN _____

CONFORME A LAS DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS E INSTITUCIONALES RESPECTIVAS.

1.3 QUE LAS PARTES CONVIENEN QUE ESTE CONTRATO SUSTITUYE EN TODOS TERMINOS A CUALESQUIERA OTRO CONTRATO ANTERIOR DE SUMINISTRO QUE TENGA CELEBRADO EL CONTRATISTA CON PETROLEOS MEXICANOS, POR LO QUE A PARTIR DE ESTA FECHA DICHO CONTRATO NO PRODUCIRA EFECTO LEGAL ALGUNO.

SEGUNDA: DERECHOS Y OBLIGACIONES EN RELACION A TERCEROS

2.1 EL CONTRATISTA SE OBLIGA A QUE EN LOS ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD SE CONTENGAN DE MANERA INDUBITABLE LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

2.1.1 QUE EL OBJETO SOCIAL PRINCIPAL DE LA SOCIEDAD ES LA VENTA AL PUBLICO DE GASOLINAS Y DIESEL SUMINISTRADOS POR PEMEX-REFINACION Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

2.1.2 QUE NO HABRA PARTICIPACION EXTRANJERA EN LA SOCIEDAD.

2.1.3. QUE EN CASO DE VENTA, CESION O TRANSMISION TOTAL O PARCIAL DE ACCIONES, POR AMPLIACION O REDUCCION DE CAPITAL O MODIFICACION DE LA ESTRUCTURA ACCIONARIA, EL CONTRATISTA SE OBLIGA A NOTIFICARSELO POR ESCRITO A PEMEX-REFINACION, EN UN PLAZO NO MAYOR A QUINCE DIAS NATURALES, A PARTIR DE QUE SE REALICE ALGUNO DE ESTOS EVENTOS.

PEMEX-REFINACION, TENDRA TREINTA DIAS NATURALES PARA AUTORIZARLO, SIEMPRE Y CUANDO LOS ADQUIRIENTES O NUEVOS ACCIONISTAS CUMPLAN LAS CONDICIONES SIGUIENTES:

A. LAS SEÑALADAS EN LOS INCISOS 2.1.1 Y 2.1.2 DE ESTA CLAUSULA.

B. GARANTICEN LA CONTINUIDAD EN LA PRESTACION DEL SERVICIO CON EFICACIA Y EFICIENCIA.

C. TENGAN SOLVENCIA MORAL Y ECONOMICA Y NO SE ENCUENTRE EN ALGUNO DE LOS SUPUESTOS INDICADOS EN EL PARRAFO TERCERO DEL PUNTO 2.3 DE ESTA CLAUSULA.



PEMEX
REFINACION
SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

D. ADHERIRSE A LA FRANQUICIA PEMEX.

2.2. SI LA ESTACION DE SERVICIO SE ENCUENTRA SOBRE UN PREDIO ARRENDADO, EN EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO QUE DEBERA SER POR CINCO AÑOS CALENDARIO COMO MINIMO, DEBERAN ESTABLECERSE LAS SIGUIENTES CONDICIONES :

A) EL ARRENDATARIO DEBERA SER UNICA Y EXCLUSIVAMENTE LA PERSONA FISICA O MORAL AUTORIZADA POR PEMEX REFINACION A CONSTRUIR LA ESTACION DE SERVICIO O EN CASO DE ESTABLECIMIENTO EN OPERACION AQUELLA QUE DESEE OPERARLOS.

B) DEBERA CONTENER CLAUSULA EN LA QUE SE PRECISE QUE EL INMUEBLE, MATERIA DE ESTE CONTRATO, SE DESTINARA A LA COMERCIALIZACION DE GASOLINAS, DIESEL Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

C) DEBERA SER RATIFICADO ANTE NOTARIO PUBLICO.

D) DEBERA IDENTIFICARSE PERFECTAMENTE EL INMUEBLE MATERIA DEL CONTRATO, ANOTANDO EL DOMICILIO COMPLETO DEL MISMO Y EN SU CASO LAS COLINDANCIAS.

E) DE DICHO CONTRATO DEBERA ENTREGARSE A PEMEX-REFINACION, COPIA AUTOGRAFA Y/O CERTIFICADA POR FEDATARIO PUBLICO.

2.3 CUANDO EL CONTRATISTA TRANSMITA LA PROPIEDAD O POSESION DE LA ESTACION DE SERVICIO, O PERMITA A TERCERAS PERSONAS LA EXPLOTACION DE LAS INSTALACIONES DE LA ESTACION DE SERVICIO, SE OBLIGA A NOTIFICARLO POR ESCRITO A PEMEX-REFINACION, EN UN PLAZO NO MAYOR A QUINCE DIAS NATURALES, A PARTIR DE QUE SE REALICE ALGUNO DE ESTOS EVENTOS.

PEMEX-REFINACION AUTORIZARA, EN SU CASO, DENTRO DE UN PLAZO DE TREINTA DIAS NATURALES LA CONTRATACION CON EL NUEVO ADQUIRIENTE (S) Y/O USUFRUCTUARIO (S), BAJO CUALQUIER TITULO, SIEMPRE Y CUANDO CUMPLA(N) CON TODOS LOS REQUISITOS QUE SE LE SOLICITEN AL EFECTO, Y NO HAYA (N) SIDO SENTENCIADO (S) POR DELITOS CONTRA LA SALUD, PATRIMONIALES O INCUMPLIDO COMPROMISOS O INCURRIDO EN PRACTICAS COMERCIALES FRAUDULENTAS EN CONTRA DE PEMEX-REFINACION, PETROLEOS MEXICANOS Y DEMAS ORGANISMOS SUBSIDIARIOS O EL PUBLICO CONSUMIDOR. CASOS EN LOS QUE PEMEX-REFINACION RECHAZAR LA CONTRATACION.

TERCERA: PRECIOS

EL CONTRATISTA RECIBIRA DE PEMEX-REFINACION LOS PRODUCTOS PETROLIFEROS INDICADOS EN LA CLAUSULA PRIMERA, A LOS PRECIOS QUE PEMEX-REFINACION TENGA AL MOMENTO Y EN EL LUGAR DE LA ENTREGA DE DICHS PRODUCTOS, PEMEX-REFINACION PODRA MODIFICAR LOS PRECIOS, SIN NECESIDAD DE DAR AVISO, PREVIAMENTE AL CONTRATISTA.



CUARTA: OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

EL CONTRATISTA SE OBLIGA CON PEMEX-REFINACION A :

4. 1 PAGAR EL PRECIO DE LAS GASOLINAS DIESEL QUE RECIBA, DENTRO DE LOS PLAZOS Y EN EL LUGAR QUE SE ESTABLEZCA EN LAS POLITICAS COMERCIALES Y DE CREDITO DE PEMEX-REFINACION.

4. 2 RENOVAR ANUALMENTE LA FIANZA QUE SE MENCIONARA EN LA CLAUSULA DECIMA PRIMERA DE ESTE DE CONTRATO Y ENTREGARLA DENTRO DEL PLAZO QUE SE LE INDIQUE, EN EL CENTRO DE VENTAS QUE LO ATIENDA.

4. 3 PAGAR EN UN PLAZO QUE NO EXCEDA DE TRES DIAS HABLES A PARTIR DE QUE SE LE NOTIFIQUE EL IMPORTE DIFERENCIAL QUE RESULTE POR LA REDUCCION AL MONTO DE SU CREDITO AUTORIZADO.

4. 4 SURTIR LAS GASOLINAS Y DIESEL, CUMPLIENDO LAS ESPECIFICACIONES ECOLOGICAS Y DE SEGURIDAD CORRESPONDIENTES, DIRECTAMENTE A VEHICULOS AUTOMOTORES O EN DEPOSITOS PORTATILES DE CIERRE HERMETICO CON CAPACIDAD MAXIMA DE 50 LITROS, SALVO QUE CUENTEN CON AUTORIZACION DE PEMEX-REFINACION PARA VENDER LOS PRODUCTOS EN DEPOSITOS DE MAYOR CAPACIDAD, EN LOS TERMINOS Y CON LOS REQUISITOS QUE SE SEÑALAN EN LAS NORMAS CORRESPONDIENTES.

4. 5 MANTENER EN BUEN ESTADO LAS INSTALACIONES, DEBIENDO LLEVAR A CABO EL MANTENIMIENTO DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES QUE PARA TAL EFECTO DICTEN PEMEX-REFINACION Y LAS AUTORIDADES COMPETENTES.

4. 6 MANTENER ABIERTA LA ESTACION PARA PROPORCIONAR SERVICIO AL PUBLICO EN EL HORARIO Y CON LA ILUMINACION QUE SE CONVENGA CON PEMEX-REFINACION.

4. 7 MANTENER EN BUENAS CONDICIONES DE FUNCIONAMIENTO, HIGIENE Y SEGURIDAD LA ESTACION DE SERVICIO, LOS SANITARIOS Y DEMAS INSTALACIONES ACCESORIAS DE LA MISMA, DE ACUERDO CON LAS ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS POR PEMEX-REFINACION Y LAS AUTORIDADES CORRESPONDIENTES.

4. 8 PERMITIR Y FACILITAR LAS VISITAS DE SUPERVISION Y VIGILANCIA TECNICAS OPERATIVAS, ECOLOGICAS Y DE SEGURIDAD, OBLIGANDOSE A PROPORCIONAR TODOS LOS INFORMES Y DATOS QUE LE SEAN REQUERIDOS.

4. 9 NO ANUNCIAR O VENDER COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES IGUALES O SIMILARES A LOS DE PEMEX-REFINACION, EN CONSECUENCIA, SE OBLIGA A COMERCIALIZAR UNICAMENTE LOS PETROLIFEROS PEMEX, ASIMISMO SE OBLIGA A ANUNCIAR Y VENDER EXCLUSIVAMENTE LUBRICANTES MARCA PEMEX, QUE PODRA ADQUIRIR DIRECTAMENTE DE PEMEX-REFINACION O DE CUALQUIER OTRA EMPRESA QUE LOS ELABORE CON LA MISMA MARCA, CON AUTORIZACION EXPRESA Y POR ESCRITO DE PEMEX.

4. 10 NO ADULTERAR, VENDER CONTAMINADOS O EN ENVASES ETIQUETADOS FALSAMENTE LOS PETROLIFEROS PEMEX.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

4. 11 TENER A DISPOSICION DEL PUBLICO USUARIO, SALVO CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR, TODOS LOS TIPOS DE COMBUSTIBLES A QUE SE REFIERE ESTE CONTRATO.

4. 12 EJECUTAR EN UN PLAZO MAXIMO DE 20 DIAS HABLES, LOS TRABAJOS DE MANTENIMIENTO DE SUS INSTALACIONES QUE SE LE INDIQUEN EN LAS ACTAS ADMINISTRATIVAS QUE SE MENCIONAN EN LA CLAUSULA OCTAVA.

QUINTA : ABASTECIMIENTO

EL CONTRATISTA CONVIENE QUE PEMEX-REFINACION PODRA SUSPENDER EL SUMINISTRO DE MANERA INMEDIATA Y SIN NECESIDAD DE AGOTAR EL PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO EN LA CLAUSULA OCTAVA, O BIEN RESCINDIR ADMINISTRATIVAMENTE ESTE CONTRATO, INDEPENDIEMENTE DE LO ESTIPULADO EN LA CLAUSULA DECIMA PRIMERA, SI EL CONTRATISTA:

5.1 INCUMPLE CUALQUIERA DE LAS OBLIGACIONES CONTRAIDAS EN ESTE CONTRATO O EN EL DE FRANQUICIA PEMEX, EN CASO DE QUE SE HUBIERA ADHERIDO A LA MISMA.

5.2 ENTRA EN SUSPENSION DE PAGOS, QUIEBRA O LIQUIDACION.

5.3 NO CUENTA CON LOS SEGUROS DE RESPONSABILIDAD A QUE SE REFIERE LA CLAUSULA DECIMA TERCERA DE ESTE CONTRATO.

5.4 O BIEN, SI LA ESTACION ES CLAUSURADA, EMBARGADA O INTERVENIDA POR CUALQUIER AUTORIDAD.

5.5 SI PIERDE, POR CUALQUIER CAUSA, LA POSESION O EL DOMINIO DE LA ESTACION DE SERVICIO DESCRITA EN LA CLAUSULA PRIMERA FRACCION 1.2

SEXTA: OBLIGACIONES DE PEMEX-REFINACION.

PEMEX-REFINACION SE OBLIGA CON EL CONTRATISTA A:

6.1 ABASTECER A LA ESTACION DE SERVICIO DE GASOLINA Y DIESEL MARCA PEMEX, EN LAS CANTIDADES Y CON LA OPORTUNIDAD QUE SE ESTABLEZCA EN EL PROGRAMA CONCERTADO DE REPARTO, MENCIONADO EN LA CLAUSULA PRIMERA DEL PRESENTE CONTRATO, SALVO LA EXISTENCIA DE CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR.

6.2 INFORMARLE DE LAS ESPECIFICACIONES DE LOS PRODUCTOS QUE LE ABASTEZCA, TALES COMO GASOLINAS, DIESEL ACEITES, GRASAS Y LUBRICANTES, CUANDO ESTAS CAMBIEN O SE LANCE UN NUEVO PRODUCTO AL MERCADO.

6.3 PERMITIRLE LA COMERCIALIZACION DE OTROS BIENES Y SERVICIOS DISTINTOS DE LA GASOLINA, DIESEL Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

SEPTIMA: CLASIFICACION DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO

LA ESTACION DE SERVICIO SE CLASIFICARA TOMANDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD, ECOLOGIA, CALIDAD DEL SERVICIO, INFRAESTRUCTURA Y MANTENIMIENTO.

OCTAVA: VERIFICACION DEL CUMPLIMIENTO

PEMEX-REFINACION SUPERVISARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ASUMIDAS POR EL CONTRATISTA, BAJO DOS MODALIDADES: DIRECTAMENTE, CON PERSONAL PROPIO Y POR CONDUCTOS DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS.

8.1 CUANDO LA VERIFICACION LA EFECTUE DIRECTAMENTE PEMEX-REFINACION SE PROCEDERA DE LA SIGUIENTE MANERA:

8.1.1 EL TRABAJADOR DE PEMEX-REFINACION DEBE ACREDITAR QUE HA SIDO AUTORIZADO A EFECTUAR LA SUPERVISION MEDIANTE ENTREGA DE UN OFICIO DE COMISION E IDENTIFICANDOSE ANTE EL ENCARGADO DE LA ESTACION DE SERVICIO O EL CONTRATISTA O SU REPRESENTANTE LEGAL.

8.1.2 DERIVADO DE LA SUPERVISION SE FORMULARA ACTA ADMINISTRATIVA, LA CUAL DEBE SER SUSCRITA POR EL CONTRATISTA O SU REPRESENTANTE LEGAL, DEJANDO EN SU PODER COPIA DE LA MISMA, LAS ACCIONES CORRECTIVAS QUE SE INDIQUEN EN DICHA ACTA DEBERAN EJECUTARSE EN UN PLAZO NO MAYOR A VEINTE DIAS HABILES.

8.1.3 SI DURANTE LA SUPERVISION SE DETERMINAN CAUSAS QUE AMERITEN LA SUSPENSION DE SUMINISTRO O LA TERMINACION DE ESTE CONTRATO Y EL DE FRANQUICIA, DEBERAN ANOTARSE EN LA ACTA ADMINISTRATIVA CORRESPONDIENTE Y A PARTIR DE LA ENTREGA DE ESTA, EL CONTRATISTA TENDRA UN PLAZO DE VEINTE DIAS HABILES PARA PRESENTAR ANTE PEMEX-REFINACION LAS PRUEBAS Y DEFENSAS QUE ESTIME CONVENIENTES A SUS INTERESES. PEMEX-REFINACION CON VISTA A ELLAS O A SU FALTA DE PRESENTACION, NOTIFICARA AL CONTRATISTA, EN UN TERMINO DE DIEZ DIAS HABILES, LA RESOLUCION ADOPTADA.

8.2 CUANDO LA SUPERVISION SE EJECUTE A TRAVES DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS, CONTRATADAS POR PEMEX-REFINACION SE PROCEDERA COMO SIGUE:

8.2.1 EL SUPERVISOR EXTERNO DEBERA ACREDITAR SU CARACTER EN LOS TERMINOS DEL PUNTO 8.1.1 DE ESTA CLAUSULA.

8.2.2 EL SUPERVISOR EXTERNO NO PODRA SUGERIR NI EXIGIR CAMBIOS, ADECUACIONES O CUALQUIER ACCION CORRECTIVA DERIVADA DE LA SUPERVISION ELABORARA UN INFORME QUE ENTREGARA A PEMEX-REFINACION, QUIEN SOLICITARA POR ESCRITO AL CONTRATISTA LA EJECUCION DE LAS MEDIDAS CORRECTIVAS A QUE HAYA LUGAR EN UN PLAZO NO MAYOR A VEINTE DIAS HABILES, CONTADOS A PARTIR DEL RECIBO DE ESTA SOLICITUD.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

8.2.3 SI EN EL INFORME PRESENTADO POR EL SUPERVISOR EXTERNO SE DETERMINAN CAUSAS QUE AMERITEN LA SUSPENSION DEL SUMINISTRO O LA TERMINACION DE ESTE CONTRATO Y EL DE FRANQUICIA, PEMEX-REFINACION LO HARA DEL CONOCIMIENTO DEL CONTRATISTA AGOTANDO EL PROCEDIMIENTO INDICADO EN EL PUNTO 8.1.3 DE ESTA CLAUSULA.

8.3 PEMEX-REFINACION, ATENDIENDO A LA GRAVEDAD DEL INCUMPLIMIENTO PODRA:

8.3.1 SUSPENDER EL SUMINISTRO DE GASOLINAS, DIESEL Y LUBRICANTES, HASTA QUE SEA ELIMINADA LA CAUSA QUE LO MOTIVA.

8.3.2 DAR POR TERMINADO ESTE CONTRATO SIN NECESIDAD DE DECLARACION JUDICIAL.

8.3.3 DISMINUIR EN LOS TERMINOS DEL ACUERDO RESPECTIVO, LA CONTRAPRESTACION QUE SE CUBRA AL CONTRATISTA, DE ACUERDO A LA CATEGORIA QUE EFECTIVAMENTE CORRESPONDA A LA ESTACION DE SERVICIO.

8.4 LAS SUPERVISIONES, SEAN DIRECTAS O EXTERNAS, DEBERAN EFECTUARSE EN LOS HORARIOS EN QUE LA GASOLINERA SE ENCUENTRE EN OPERACION.

8.5 EN CASO DE INCUMPLIMIENTO A ESTE CONTRATO POR PARTE DE PEMEX-REFINACION, EL CONTRATISTA AFECTADO DEBERA NOTIFICARLO POR ESCRITO, A LA BREVEDAD, A LA GERENCIA COMERCIAL DE ZONA QUE CORRESPONDA, QUIEN EN UN PLAZO DE TREINTA DIAS NATURALES ESTABLECERA LAS MEDIDAS CORRECTIVAS A QUE HAYA LUGAR INFORMANDO POR ESCRITO AL CONTRATISTA.

NOVENA: RESPONSABILIDAD LABORAL Y CIVIL

9.1 EL CONTRATISTA COMO EMPRESARIO Y PATRON DEL PERSONAL QUE OCUPA CON MOTIVO DE LA EXPLOTACION DE LA ESTACION DE SERVICIO, MATERIA DEL PRESENTE CONTRATO, SERA EL UNICO RESPONSABLE DE LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DE LAS DISPOSICIONES LEGALES Y DEMAS ORDENAMIENTOS EN MATERIA DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL PARA CON SUS TRABAJADORES.

9.2 EL CONTRATISTA CONVIENE EN RESPONDER DE TODAS LAS RECLAMACIONES QUE SUS TRABAJADORES O TERCEROS PRESENTEN EN SU CONTRA O EN CONTRA DE PEMEX-REFINACION, PETROLEOS MEXICANOS Y/O DE SUS DEMAS ORGANISMOS SUBSIDIARIOS, EN LOS QUE SE INVOLUCRE A ESTOS ORGANISMOS PUBLICOS, POR LO QUE ESTARA OBLIGADO A SACARLOS (S) EN PAZ Y A SALVO DE CUALQUIER JUICIO POR RESPONSABILIDAD LABORAL Y/O CIVIL, QUE SE DERIVE DE LA EXPLOTACION DE LA ESTACION DE SERVICIO. ASIMISMO, SE OBLIGA A RESARCIR A PETROLEOS MEXICANOS Y/O SUS ORGANISMOS SUBSIDIARIOS, CUALQUIER CANTIDAD QUE LLEGAREN A EROGAR POR DICHO CONCEPTO.

9.3 EN CASO DE QUE PEMEX-REFINACION REALICE TRABAJOS EN LA ESTACION DE SERVICIO DERIVADOS DE LAS DISPOSICIONES DE ALGUNA AUTORIDAD COMPETENTE EN LA MATERIA, EL CONTRATISTA SE OBLIGA A CUBRIR LOS GASTOS QUE SE ORIGINEN POR ESTE CONCEPTO.

DECIMA: PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE

EL CONTRATISTA SE OBLIGA A CUMPLIR TODAS LAS LEYES, REGLAMENTOS, DECRETOS Y DISPOSICIONES ADMINISTRATIVAS TANTO DE AUTORIDADES COMO DE PEMEX-REFINACION EN RELACION CON LA PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE, OBLIGANDOSE A:

10.1 ACATAR LAS NORMAS, REGLAS, GUIAS Y PROCEDIMIENTOS DE PEMEX-REFINACION, PARA LA CARGA, TRANSPORTE, MANEJO, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCION Y VENTA AL PUBLICO DE GASOLINAS, DIESEL Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

10.2 TENER ESPECIAL CUIDADO EN EL MANEJO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCION DE LA GASOLINA SIN PLOMO Y CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES TECNICAS Y ADMINISTRATIVAS PARA PREVENIR SU CONTAMINACION

10.3 ASEGURARSE DE QUE EL PERSONAL DE LA ESTACION ASI COMO LOS ENCARGADOS DE LA TRANSPORTACION DE LOS PRODUCTOS ACATEN LAS DISPOSICIONES APLICABLES EN MATERIA DE SEGURIDAD Y ECOLOGIA.

DECIMA PRIMERA: FIANZA

TODAS LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DEL PRESENTE CONTRATOS ASI COMO EL PAGO DE LOS PRODUCTOS SUMINISTRADOS A CREDITO AL CONTRATISTA DEBERA GARANTIZARLOS ESTE, MEDIANTE FIANZA EXPEDIDA A FAVOR DE PEMEX-REFINACION POR COMPAÑIA AUTORIZADA EN LOS TERMINOS DE LA LEY FEDERAL DE INSTITUCIONES DE FIANZAS, Y CONFORME AL CONTRATO DE AFIANZAMIENTO GENERAL VIGENTE, EL MONTO Y TERMINOS DE LA FIANZA LE SERAN INDICADOS EN EL CENTRO DE VENTAS QUE LO ATIENDE.

DECIMA SEGUNDA: PENA CONVENCIONAL

PARA EL CASO DE QUE EL CONTRATISTA NO CUMPLIERE CON LA LIQUIDACION DE LOS PRODUCTOS SUMINISTRADOS DENTRO DEL PLAZO CORRESPONDIENTE, PAGARA A PEMEX-REFINACION INTERESES MORATORIOS SOBRE SALDOS INSOLUTOS DIARIOS, A RAZON DE LA TAZA QUE RESULTE DE MULTIPLICAR POR _____ EL COSTO PORCENTUAL PROMEDIO PUBLICADO POR EL BANCO DE MEXICO EN EL MES INMEDIATO ANTERIOR A LA FECHA EN QUE DEBIO HACER EL PAGO.

SI EL CONTRATISTA EFECTUA EL PAGO DE LOS PRODUCTOS MEDIANTE CHEQUE Y ESTE NO ES CUBIERTO POR CUALQUIER CAUSA IMPUTABLE AL LIBRADOR, PAGARA, ADEMAS DE LOS INTERESES MORATORIOS, UNA INDEMNIZACION DEL 20% SOBRE SU MONTO.

DECIMA TERCERA: DURACION

PACTAN LOS CONTRATANTES QUE EL TERMINO DE ESTE CONTRATO SERA DE DIEZ AÑOS, TRANSCURRIDOS LOS CUALES, PEMEX-REFINACION LO RENOVARA AUTOMATICAMENTE POR PERIODOS DE CINCO AÑOS, SIEMPRE QUE EL CONTRATISTA HAYA CUMPLIDO CON SUS OBLIGACIONES.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

DECIMA CUARTA: SEGUROS

EL CONTRATISTA SE OBLIGA A MANTENER EN VIGOR A SU COSTA, LOS SEGUROS DE RESPONSABILIDAD OBJETIVA Y CIVIL PARA RESPONDER DE TODOS LOS DAÑOS Y PERJUICIOS QUE PUDIERA OCASIONAR LA OPERACION DE LA ESTACION DE SERVICIO O LA TRANSPORTACION DE GASOLINAS Y DIESEL CUANDO EL TRANSPORTE ESTE A CARGO Y BAJO LA RESPONSABILIDAD DE ESTE.

DECIMA QUINTA: FUERZA MAYOR

CONVIENEN LOS CONTRATANTES QUE NO SE RESPONSABILIZARAN MUTUAMENTE POR PERDIDAS, AVERIAS, DAÑOS, DEMORAS, O POR INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES MATERIA DE ESTE CONTRATO, QUE RESULTEN COMO CONSECUENCIA DE HECHOS O CASOS FORTUITOS O DE FUERZA MAYOR.

DECIMA SEXTA: OBLIGACIONES FISCALES

TODAS LAS OBLIGACIONES FISCALES DIRECTAS O SOLIDARIAS QUE SE CAUSEN CON MOTIVO DE LA OPERACION DE LA ESTACION DE SERVICIO, SERAN RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL CONTRATISTA, QUEDANDO OBLIGADO A COMPROBAR A SATISFACCION DE PEMEX-REFINACION, QUE SE ENCUENTRA AL CORRIENTE EN EL PAGO DE LAS MISMAS.

DECIMA SEPTIMA: CONTRAPRESTACION

PEMEX-REFINACION PAGARA AL CONTRATISTA POR SU PARTICIPACION EN LA DISTRIBUCION Y VENTA DE GASOLINAS, DIESEL Y LUBRICANTES MARCA PEMEX, SEGUN LA CATEGORIA DE LA ESTACION DE SERVICIO, EL PORCENTAJE QUE SOBRE EL PRECIO DE VENTA AL PUBLICO SE DETERMINARA PARA CADA PRODUCTO EN EL ANEXO UNO DE ESTE CONTRATO. ESTOS PORCENTAJES SE REVISARAN CADA DOS AÑOS EN EL MES DE JUNIO, SALVO QUE SE MODIFIQUE LA ESTRUCTURA FISCAL DEL PRECIO DE VENTA AL PUBLICO DE LOS PETROLIFEROS O SURJAN EVENTOS QUE ALTEREN RADICALMENTE LA ESTRUCTURA DE LAS CONTRAPRESTACIONES MENCIONADAS, EN CUYO CASO SE REVISARAN CUANDO ALGUNA DE ESTAS CONDICIONES SE PRESENTE.

DECIMA OCTAVA: RESPONSABILIDAD OBJETIVA

UNA VEZ QUE LOS PRODUCTOS OBJETO DEL CONTRATO SEAN DESCARGADOS EN LOS TANQUES DEL CONTRATISTA PARA SU VENTA AL PUBLICO, LA RESPONSABILIDAD OBJETIVA Y EL RIESGO POR LA CONDICION EVENTO INSEGURO A QUE ESTE SOMETIDA LA ESTACION DE SERVICIO, O EN SU CASO EL TRANSPORTE DE PRODUCTOS EN AUTOTANQUES A CARGO Y BAJO LA RESPONSABILIDAD DEL CONTRATISTA, CORRERAN A SU CARGO, SIENDO EL UNICO RESPONSABLE FRENTE A TERCEROS.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

DECIMA NOVENA: LEGISLACION APLICABLE

LA EJECUCION E INTERPRETACION DEL PRESENTE CONTRATOS SE SUJETARA A LAS LEYES FEDERALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, SOMETIENDOSE LAS PARTES A LA JURISDICCION DE LOS TRIBUNALES FEDERALES DE LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL, POR LO TANTO EL CONTRATISTA RENUNCIA AL FUERO QUE LE PUDIESE CORRESPONDER POR RAZON DE SU DOMICILIO PRESENTE O FUTURO.

EL PRESENTE CONTRATO SE FIRMA EN CINCO EJEMPLARES, CORRESPONDIENDO UNO DE ELLOS PARA EL CONTRATISTA Y LOS CUATRO RESTANTES A PEMEX-REFINACION, EN LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL, A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DE 19 ____.

POR PEMEX-REFINACION

POR EL CONTRATISTA

TESTIGO

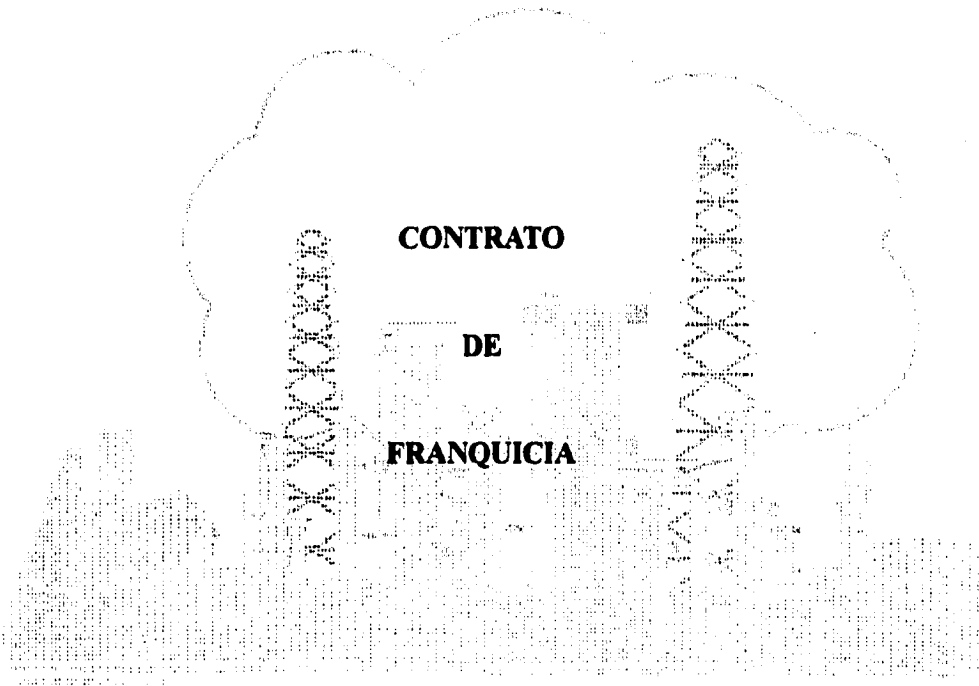
TESTIGO



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS





PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

CONTRATO DE FRANQUICIA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, PEMEX-REFINACION, REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR _____ EN SU CARACTER DE _____ Y POR LA OTRA _____ REPRESENTADA POR _____ A QUIENES EN LO SUCESIVO SE LES DENOMINARA PEMEX-REFINACION Y EL FRANQUICIADO, RESPECTIVAMENTE Y LOS CUALES SE OBLIGAN AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

I. DECLARA PEMEX-REFINACION:

1.1 QUE ES UN ORGANISMO DESCENTRALIZADO SUBSIDIADO DE PETROLEOS MEXICANOS, CREADO POR EL DECRETO QUE APARECIO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 16 DE JULIO DE 1992, CON PERSONALIDAD JURIDICA Y PATRIMONIO PROPIOS.

1.2 QUE DE ACUERDO CON LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 3° 6° Y 10° DE LA LEY REGLAMENTARIA DEL ARTICULO 27 CONSTITUCIONAL EN EL RAMO DEL PETROLEO ; 3°, 34° Y 36 DE SU REGLAMENTO Y 1°, 2°, 3° FRACCION II Y 4 DE SU LEY ORGANICA, TIENE COMO OBJETO LA REALIZACION DE TODAS LAS ACTIVIDADES DE ORDEN TECNICO, INDUSTRIAL Y COMERCIAL QUE CONSTITUYEN LA INDUSTRIA NACIONAL DEL PETROLEO, ASI COMO TODAS AQUELLAS OTRAS ACTIVIDADES QUE DIRECTA O INDIRECTAMENTE SE RELACIONEN CON LA MISMA.

1.3 QUE LA DISTRIBUCION Y VENTA DE PRODUCTOS PETROLIFEROS, EN LOS TERMINOS DE LEY REGLAMENTARIA DEL ARTICULO 27 CONSTITUCIONAL EN EL RAMO DEL PETROLEO Y SU REGLAMENTO ES UNA ACTIVIDAD EXCLUSIVA RESERVADA A PETROLEOS MEXICANOS Y POR CONSECUENCIA, ES OBJETO Y SON MATERIA EXCLUSIVA DEL ORGANISMO DESCENTRALIZADO SUBSIDIARIO, PEMEX-REFINACION, SIENDO ESTOS LOS PROCESOS INDUSTRIALES DE LA REFINACION, ELABORACION DE PRODUCTOS PETROLIFEROS Y DERIVADOS DEL PETROLEO QUE SEAN SUSCEPTIBLES DE SERVIR COMO MATERIAS PRIMAS INDUSTRIALES BASICAS, ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS Y DERIVADOS YA MENCIONADOS.

1.4 QUE LA DISTRIBUCION Y VENTA DE PRODUCTOS PETROLIFEROS, PUEDE LLEVARLA A CABO DIRECTAMENTE O A TRAVES DE CONTRATISTAS.

1.5 QUE CON OBJETO DE PERMITIR LA COMERCIALIZACION DE BIENES Y SERVICIOS DISTINTOS A LOS PETROLIFEROS PEMEX Y PROMOVER LA MODERNIZACION DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO, A INSTRUMENTADO LA FRANQUICIA PEMEX CONFORME A LOS ARTICULOS DEL 136 AL 150 DE LA LEY DE FOMENTO Y PROTECCION A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

1.6 QUE PARA CUMPLIR LAS FUNCIONES SEÑALADAS EN LA DECLARACION 1.5 ES NECESARIO CONTAR CON UN SISTEMA DE ESTACIONES DE SERVICIO EFICIENTE Y DE LA MAS ALTA CALIDAD, QUE OFREZCAN LOS SERVICIOS QUE DEMANDE EL PUBLICO CONSUMIDOR.

1.7 QUE SU REPRESENTANTE TIENE FACULTADES QUE LE PERMITEN CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO.



PEMEX

REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

1.8 QUE HA CREADO LA FRANQUICIA PEMEX PARA COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS Y PERMITIR LA COMERCIALIZACION DE OTROS PRODUCTOS NO PETROLIFEROS.

1.9 QUE SEÑALA COMO DOMICILIO PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES EL SITO EN AVENIDA MARINA NACIONAL N° 329, COL. HUASTECA, EN MEXICO DISTRITO FEDERAL, CODIGO POSTAL 11311.

EL DECLARA "EL FRANQUICIADO":

2.1 QUE ES UNA PERSONA FISICA DE NACIONALIDAD MEXICANA, CON DOMICILIO EN _____

2.2 QUE SU REPRESENTANTE LEGAL ACREDITA SU PERSONALIDAD CON LA ESCRITURA PUBLICA N° _____ OTORGADA EL _____ DE _____ DE _____ ANTE LA FE DEL NOTARIO PUBLICO N° _____ EN LA CIUDAD DE _____.

2.3 QUE HA RECIBIDO LA INFORMACION RELATIVA SOBRE EL ESTADO QUE GUARDA LA EMPRESA PEMEX-REFINACION DE ACUERDO AL ARTICULO 142 DE LA LEY DE FOMENTO Y PROTECCION A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, ASI COMO LA INFORMACION TECNICA NECESARIA PARA EL ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE LOS COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

2.4 QUE CUMPLE CON TODAS LAS ESPECIFICACIONES DE ORDEN TECNICO, ADMINISTRATIVO, ECOLOGICO, OPERATIVO Y DE SEGURIDAD EXIGIDOS POR PEMEX-REFINACION Y POR LAS AUTORIDADES FEDERALES, ESTATALES Y MUNICIPALES COMPETENTES.

2.5 QUE HA SOLICITADO INCORPORAR LA ESTACION DE SERVICIO N° _____ DENTRO DE LA FRANQUICIA PEMEX, EN VIRTUD DE CUMPLIR CON TODOS LOS REQUISITOS Y CONDICIONES EXIGIDOS.

2.6 QUE TIENE INTERES EN COMERCIALIZAR ADEMAS DE LOS PRODUCTOS PEMEX OTROS PRODUCTOS NO PETROLIFEROS DENTRO DE LA ESTACION FRANQUICIADA.

2.7 QUE CON FECHA _____ HA SUSCRITO CON PEMEX-REFINACION UN CONTRATO PARA LA VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

HECHAS LAS ANTERIORES DECLARACIONES, LAS PARTES QUE EN ESTE INSTRUMENTO INTERVIENEN SE RECONOCEN PLENA PERSONALIDAD Y CAPACIDAD PARA CONTRATAR Y ESTAN CONFORMES EN SOMETERSE A LAS SIGUIENTES:



CLAUSULAS

PRIMERA: OBJETO DEL CONTRATO

CONVIENEN LAS PARTES QUE ESTE CONTRATO TIENE POR OBJETO OPERAR LA FRANQUICIA PEMEX Y CON ELLO QUE EL FRANQUICIADO HAGA USO DE LAS MARCAS, NOMBRES COMERCIALES DE PEMEX, SUS DISEÑOS, LOGOTIPOS E IMAGEN INSTITUCIONAL, COMERCIALIZAR POR SI O A TRAVES DE TERCEROS, BIENES Y SERVICIOS DISTINTOS DE LOS COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX A EXCEPCION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y EXPLOSIVOS.

SEGUNDA: CUOTA ANUAL

PACTAN LAS PARTES QUE LA CUOTA DE ADHESION Y LA CUOTA ANUAL QUE "EL FRANQUICIADO" PAGARA A PEMEX-REFINACION PARA LA OPERACION DE LA FRANQUICIA, SE DETERMINARA EN EL ANEXO "A" DE ESTE CONTRATO.

TERCERA: DURACION

ACUERDAN LOS CONTRATANTES QUE ESTE INSTRUMENTO TENDRA LA MISMA DURACION QUE EL CONTRATO DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX MISMA QUE ES DE DIEZ AÑOS CONTADOS A PARTIR DE LA FIRMA DEL PRESENTE CONTRATO, TRANSCURRIDOS ESTOS, AMBOS CONTRATOS SE RENOVARAN AUTOMATICAMENTE POR PERIODOS DE CINCO AÑOS, SIEMPRE Y CUANDO EL CONTRATISTA HAYA CUMPLIDO CON TODAS SUS OBLIGACIONES.

CUARTA: OBLIGACIONES DE PEMEX-REFINACION

PEMEX-REFINACION SE OBLIGA CON "EL FRANQUICIADO" A:

4.1 NO EXIGIR AUTORIZACIONES ADICIONALES, RESPECTO A LOS BIENES Y SERVICIOS QUE "EL FRANQUICIADO" CONTRATE CON LOS PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS DISTINTOS DE LOS COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX.

4.2 PROPORCIONARLE ASESORIA TECNICA EN INSTALACIONES Y EQUIPOS QUE PERMITAN EL MANEJO Y CONSERVACION DE LOS PRODUCTOS PETROLIFEROS PEMEX Y SUS DERIVADOS, ASI COMO PARA LA PRESERVACION DEL MEDIO AMBIENTE.

4.3 A PAGAR A "EL FRANQUICIADO" LA CONTRAPRESTACION QUE SE SEÑALA EN EL ANEXO No. 1 DEL CONTRATO DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO EN FUNCION DE LA CLASIFICACION QUE SU ESTACION DE SERVICIO TENGA PARA TAL EFECTO.

QUINTA: OBLIGACIONES DE "EL FRANQUICIADO"

"EL FRANQUICIADO" SE OBLIGA CON PEMEX-REFINACION A:

5.1 QUE TRATANDOSE DE EQUIPOS, MATERIALES Y ACCESORIOS QUE FORMEN PARTE DE LA ESTACION DE SERVICIO (TANQUES, DISPENSARIOS, ETC.) DEBERAN CUMPLIR CON LAS ESPECIFICACIONES PROPORCIONADAS POR PEMEX-REFINACION Y CON LAS DISPOSICIONES EMITIDAS POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES.

5.2 NOTIFICARLE CUANDO TRANSMITA LA PROPIEDAD O LA POSESIÓN DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO O PERMITA A TERCERAS PERSONAS LA EXPLOTACION DE LAS INSTALACIONES DE LA ESTACION DE SERVICIO, EN UN PLAZO NO MAYOR A QUINCE DIAS NATURALES, A PARTIR DE QUE SE REALICE ALGUNO DE ESTOS EVENTOS.

5.3 CUMPLIR CON TODAS LAS DISPOSICIONES EMITIDAS POR PEMEX-REFINACION Y POR LA AUTORIDAD COMPETENTE, RELATIVAS A PUBLICIDAD, IMAGEN CORPORATIVA, SEGURIDAD Y PROTECCION AL MEDIO AMBIENTE.

5.4 NO COMERCIALIZAR BEBIDAS ALCOHOLICAS NI EXPLOSIVOS.

SEXTA: RELACION CON TERCEROS:

LAS CONDICIONES COMERCIALES ENTRE "EL FRANQUICIADO" Y LOS PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS, SE PACTARAN POR LAS PARTES SIN LA INTERVENCION Y RESPONSABILIDAD DE PEMEX-REFINACION, SIN EMBARGO, EL FRANQUICIADO DEBERA VIGILAR QUE EN TODO MOMENTO, LOS BIENES Y SERVICIOS DISTINTOS A LOS COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX, ASI COMO LOS EQUIPOS, MATERIALES Y ACCESORIOS UTILIZADOS EN SU COMERCIALIZACION, CUMPLAN CON LO DISPUESTO EN LA CLAUSULA QUINTA, PUNTO 5.3.

SEPTIMA: CONTRIBUCIONES Y APROVECHAMIENTOS

"EL FRANQUICIADO" ACEPTA SER EL UNICO RESPONSABLE EN SU CARACTER DE CONTRIBUYENTE O SUJETO SOLIDARIO, DE LAS OBLIGACIONES FISCALES DERIVADAS DE LOS INGRESOS QUE RECIBA DE TERCEROS POR CONCEPTO DE LAS REGALIAS, COMISIONES, ARRENDAMIENTO O CUALQUIER OTRO INGRESO.

OCTAVA: VERIFICACION DEL CUMPLIMIENTO

PEMEX REFINACION SUPERVISARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ASUMIDAS POR EL "FRANQUICIADO" BAJO DOS MODALIDADES: DIRECTAMENTE, CON PERSONAL PROPIO Y POR CONDUCTO DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS.

8.1 CUANDO LA VERIFICACION LA EFECTUE DIRECTAMENTE PEMEX-REFINACION SE PROCEDERA DE LA SIGUIENTE MANERA:

8.1.1 EL TRABAJADOR DE PEMEX REFINACION DEBE ACREDITAR QUE HA SIDO AUTORIZADO A EFECTUAR LA SUPERVISION MEDIANTE ENTREGA DE UN OFICIO DE COMISION E IDENTIFICANDOSE ANTE EL ENCARGADO DE LA ESTACION DE SERVICIO O EL "FRANQUICIADO" O SU REPRESENTANTE LEGAL.

8.1.2 DERIVADO DE LA SUPERVISION SE FORMULARA ACTA ADMINISTRATIVA, LA CUAL DEBE SER SUSCRITA POR EL "FRANQUICIADO" O SU REPRESENTANTE LEGAL, DEJANDO EN SU PODER COPIA DE LA MISMA. LAS ACCIONES CORRECTIVAS QUE SE INDIQUEN EN DICHA ACTA DEBERAN EJECUTARSE EN UN PLAZO NO MAYOR A VEINTE DIAS HABLES.

8.1.3 SI DURANTE LA SUPERVISION SE DETERMINAN CAUSAS QUE AMERITEN LA TERMINACION DE ESTE CONTRATO, DEBERAN ANOTARSE EN LA ACTA ADMINISTRATIVA CORRESPONDIENTE Y A PARTIR DE LA ENTREGA DE ESTA EL "FRANQUICIADO" TENDRA UN PLAZO DE VEINTE DIAS HABLES PARA PRESENTAR ANTE PEMEX-REFINACION LAS PRUEBAS Y DEFENSAS QUE ESTIME CONVENIENTES A SUS INTERESES. PEMEX-REFINACION CON VISTA A ELLAS O A SU FALTA DE PRESENTACION, NOTIFICARA AL CONTRATISTA, EN UN TERMINO DE DIEZ DIAS HABLES LA RESOLUCION ADOPTADA.

8.2 CUANDO LA SUPERVISION SE EJECUTE A TRAVES DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS, CONTRATADAS POR PEMEX-REFINACION SE PROCEDERA COMO SIGUE:

8.2.1 EL SUPERVISOR EXTERNO DEBERA ACREDITAR SU CARACTER EN LOS TERMINOS DEL PUNTO 8.1.1 DE ESTA CLAUSULA.

8.2.2 EL SUPERVISOR EXTERNO NO PODRA SUGERIR NI EXIGIR CAMBIOS, ADECUACIONES O CUALQUIER ACCION CORRECTIVA DERIVADO DE LA SUPERVISION ELABORARA UN INFORME QUE ENTREGARA A PEMEX-REFINACION QUIEN SOLICITARA POR ESCRITO AL "FRANQUICIADO" LA EJECUCION DE LAS MEDIDAS CORRECTIVAS A QUE HAYA LUGAR EN UN PLAZO NO MAYOR A VEINTE DIAS HABLES, CONTADOS A PARTIR DEL RECIBO DE ESTA SOLICITUD.

8.2.3 SI EN EL INFORME PRESENTADO POR EL SUPERVISOR EXTERNO SE DETERMINAN CAUSAS QUE AMERITEN LA TERMINACION DE ESTE CONTRATO PEMEX-REFINACION LO HARA DEL CONOCIMIENTO DEL "FRANQUICIADO" AGOTANDO EL PROCEDIMIENTO INDICADO EN EL PUNTO 8.1.3 DE ESTA CLAUSULA.

8.3 PEMEX-REFINACION, ATENDIENDO A LA GRAVEDAD DEL O LOS INCUMPLIMIENTOS PODRA DAR POR TERMINADO ESTE CONTRATO SIN NECESIDAD DE DECLARACION JUDICIAL.

8.3.1 INDEPENDIEMENTE DE LO SEÑALADO EN LA FRACCION ANTERIOR, PEMEX-REFINACION TAMBIEN PODRA DAR POR TERMINADO EL PRESENTE CONTRATO SIN NECESIDAD DE DECLARACION JUDICIAL, SI POR CUALQUIER CAUSA EL CONTRATO DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES MARCA PEMEX QUE TIENE CELEBRADO EL FRANQUICIADO CON PEMEX-REFINACION ES DADO POR TERMINADO, O EL FRANQUICIADO PIERDE LA POSESION O EL DOMINIO DE LA ESTACION DE SERVICIO INCORPORADA A LA FRANQUICIA.

8.4 LAS SUPERVISIONES SEAN DIRECTAS O EXTERNAS, DEBERAN EFECTUARSE EN LOS HORARIOS EN QUE LA GASOLINERA SE ENCUENTRE EN OPERACION.



PEMEX
REFINACION

SUBDIRECCION COMERCIAL
GERENCIA DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

8.5 EN CASO DE INCUMPLIMIENTO A ESTE CONTRATO POR PARTE DE PEMEX-REFINACION, EL "FRANQUICIADO" AFECTADO DEBERA NOTIFICARLO POR ESCRITO A LA BREVEDAD A LA GERENCIA COMERCIAL DE ZONA QUE CORRESPONDA QUIEN EN UN PLAZO DE TREINTA DIAS NATURALES ESTABLECERA LAS MEDIDAS CORRECTIVAS A QUE HAYA LUGAR INFORMANDO POR ESCRITO AL CONTRATISTA.

NOVENA: CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR

CONVIENEN LAS PARTES EN NO RESPONSABILIZARSE MUTUAMENTE SI LA FALTA U OMISION SE DERIVA DE UN CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR.

DECIMA: JURISDICCION

LA EJECUCION E INTERPRETACION DEL PRESENTE CONTRATO SE SUJETARA A LO DISPUESTO POR LAS LEYES FEDERALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, SOMENTIENDOSE LAS PARTES A LA JURISDICCION DE LOS TRIBUNALES FEDERALES DE LA CIUDAD DE MEXICO, D.F., RENUNCIANDO EXPRESAMENTE AL FUERO QUE POR SU DOMICILIO PRESENTE O FUTURO PUDIERA CORRESPONDERLES.

ESTE CONTRATO SE FIRMA EN CINCO EJEMPLARES, CORRESPONDIENDO UNO DE ELLOS PARA "EL FRANQUICIADO" Y LOS CUATRO RESTANTES A PEMEX-REFINACION, EN LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL, A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DE 19 _____.

POR PEMEX-REFINACION

POR EL FRANQUICIADO

TESTIGO

TESTIGO
