

20721
135

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS
PROFESIONALES "ACATLAN"



PROPUESTA DE MODIFICACION A LA LEY DE
ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES DEL DISTRITO
FEDERAL PARA SIMPLIFICACION DE APERTURA DE UNA
FRANQUICIA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A :
JOSE LUIS HERNANDEZ MUÑOZ

ASESOR: MARIA TERESA RODRIGUEZ ALONSO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

MAYO 2003

A



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

A mi madre.

De quien he recibido buenos ejemplos y sacrificios, así como por haberme brindado su apoyo incondicional,

A luz María.

Gracias por tu ayuda y espero que sigamos construyendo juntos este camino tan difícil que es la vida.

A ti Fernanda.

Quien representa en mi vida lo más bello, gracias por tus risas, alegría y energía que son un estímulo para superarme y cuando seas adolescente veas este trabajo y te sirva de motivación para continuar con una carrera profesional.

Te quiero mucho.

A Patricia y Elvia.

Hermanas, simplemente gracias por los momentos en que me han apoyado.

A Ramón.

Gracias por el apoyo brindado durante toda la carrera y por ser un amigo.

A Ramón.

Gracias por el apoyo brindado durante
toda la carrera y por ser un amigo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A mi padre.

Por darme un buen ejemplo de trabajo.

Al Lic. Leoncio.

Por su gran apoyo y motivación para la elaboración de este trabajo.

Al Lic. Efrén Pérez.

Por su aportación, e ideas, para la conclusión de esta etapa de mi vida profesional.

A la ENEP Acatlan.

Por albergarme en sus aulas y darme una formación profesional.

Al respetable Sinodo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**PROPUESTA DE MODIFICACION A LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS
MERCANTILES DEL DISTRITO FEDERAL PARA LA SIMPLIFICACIÓN DE
APERTURA DE UNA FRANQUICIA**

	Pag.
Objetivo.....	4
Justificación.....	5

**CAPÍTULO I
MARCO CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS 6**

1.- Concepto.....	6
2- Origen de las franquicias	8
2.1.- Estados Unidos de América.....	8
2.2.- Canadá.....	14
3- Franquicias en el ámbito Internacional.....	17
3.1.- Japón.....	21
3.2.- Brasil.....	22
4- Franquicias en México.....	24

**CAPÍTULO II
EL COMERCIO DE SERVICIOS 29**

1- Desarrollo del sector de servicios	29
1.1.- Desarrollo de tecnología.....	31
1.2.- Servicios de Infraestructura.....	33
2- Importancia del sector servicios en el ámbito comercial.....	34
2.1.- Inclusión a nivel internacional del sector servicios.....	37
2.2.- Servicios y franquicias.....	42



3.1.- Diferencias entre Franquicia, Concesión, Distribución y Licencia de Uso de Marca.....	45
--	----

CAPÍTULO III
ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS FRANQUICIAS **48**

1.- Legislación Aplicable.....	51
1.1.- Elementos de la franquicia.....	59
1.2.- Tipos y categorías de las franquicias.....	69
2- El contrato de franquicia.....	75
2.1.- Generalidades	76
2.2.- Clasificación.....	80
2.3.- Diferencias con otros contratos.....	82

CAPÍTULO IV
OPERACIÓN ACTUAL DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES EN EL
DISTRITO FEDERAL Y PROPUESTA DE MODIFICACIÓN A LA LEY **88**

1.1- Requisitos, operación y establecimiento de un establecimiento mercantil en Distrito Federal.....	92
1.2- Licencias para giros de impacto vecinal y de impacto zonal.....	93
1.3- Licencias de funcionamiento tipo A.....	97
1.4- Licencias de funcionamiento tipo B.....	112
1.5- Declaraciones de Apertura.....	114
1.6- Propuesta de modificación a la Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal.....	122
Conclusiones.....	130
Bibliografía.....	134

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

OBJETIVO

El tema abordado, corresponde a mi inquietud, respecto a modificar, así como establecer regulaciones especiales a la Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal vigente, con el fin de simplificar los requisitos y trámites que actualmente se regulan en esta ley dando lugar a un marco jurídico adecuado y eficaz para fomentar la operación y funcionamiento de franquicias en el Distrito Federal.

La propuesta de reforma legal, lleva el propósito de que sirva de base para que las legislaturas de las Entidades Federativas, en este sentido, se homologuen, y propicien con ello, factores positivos como sería la generación de fuentes de empleo y con ello se logre el desarrollo del país.

JUSTIFICACIÓN

La figura de la franquicia ha tenido un considerable desarrollo a nivel mundial; sin embargo, sus aspectos legislativos aún no han sido desarrollados, por esta razón, se pretende analizar el marco jurídico que existe para las franquicias en Distrito Federal y proponer modificaciones con el fin de sentar bases para que esta figura alcance mayor eficacia en nuestro país.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL Y ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS

1.- Concepto

“La franquicia es una forma o método para hacer negocios que involucra la comercialización de productos y servicios”¹

Algunos autores coinciden en que uno de los elementos principales de las franquicias era la prestación de un servicio, es decir, fue concebida para resolver los problemas de distribución, con el paso del tiempo y complejidad del comercio en Estados Unidos de América y otros países desarrollados evolucionó como una forma de negocios.

“La franquicia es un sistema o método de negocios en donde una de las partes denominada franquiciante le otorga a 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

Ahora bien, en cuanto a nuestra legislación la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial (LFPPI) en su artículo 142 indica:

¹ González Calvillo Enrique y González Calvillo Rodrigo, Franquicias. Como Multiplicar su Negocio, De. Limusa, México, 1994.

² González Calvillo op. Cit. Pág. 23.

"Existirá franquicia cuando con la licencia de uso de una marca se transmiten conocimientos técnicos o se proporciona asistencia técnica, para 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 pretende conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezcan el reglamento de esta ley.

Para la inscripción de las franquicias serán aplicables las disposiciones de este capítulo."

Como se puede observar este artículo establece las bases para las actividades comerciales, industriales o de servicios del país que se pretendan manejar bajo el concepto de franquicia, sin embargo como se puede observar, aún cuando aparentemente todo deriva de un contrato, las partes que intervienen en el mismo, tienen que recurrir a un cúmulo de leyes que para poder desarrollar este sistema, provocando con ello que los inversionistas se desalienten perdiendo con esto una oportunidad para resolver en parte la situación económica del país.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.- Origen de las franquicias

Existe la opinión generalizada de tomar a la distribución como antecedente de la franquicia, por lo que se tocará muy brevemente esta fase para comprender su actual término de formato de negocio.

Ante la carencia de los medios necesarios para hacer llegar las mercancías a los lugares más lejanos y ante la gran inversión que representaba para los empresarios la compra de propiedades, el levantamiento de edificios; abrir sucursales; Adecuación de instalaciones y locales; albergar empleados y personal administrativo, surge la distribución como la mejor opción para hacer llegar sus productos a los consumidores directos.

2.1.- Estados Unidos de América

Derivado de la distribución como sistema utilizado por las primeras empresas, como las industrias embotelladoras (*Coca Cola*) y compañías de autos en Estados Unidos de América (*General Motors*), quienes delegaban la responsabilidad financiera y operativa de crear concesionarias y estaciones de servicios, pero no por ello dejaban de recibir beneficios monetarios. Sin embargo, su influencia comenzó a debilitarse luego de la Segunda Guerra Mundial.

Los años siguientes a la segunda contienda universal, son el inicio de la proliferación de este tipo de negocios; una combinación de factores sociales, económicos, políticos, tecnológicos y legales crearon el clima propicio para esta expansión. Ello aunado al regreso de excombatientes de guerra norteamericanos deseosos de establecer sus propios negocios, además de la aceptación por parte de los consumidores que comenzaban a vivir de una manera más rápida dieron forma a este tipo de negocios.

Durante esa época el comercio minorista empezó a orientarse más a los servicios que a los productos. La masiva migración de la población rural a las ciudades y a medida que la clase media norteamericana iba mejorando su nivel de vida, se ubicaban en los suburbios donde surgían los restaurantes o servicios para automovilistas especializados en comidas para llevar o para consumirse en el propio establecimiento.

Eran a menudo actividades locales o minicadenas regionales entre las que se encontraba *A&W Testee Freez*³. Se unieron a ellas durante la década de los cincuenta empresas como *McDonal's*, *Burguer King*, *Dunkin Donuts*, *Kentucky Fried Chicken* entre otras, todavía bajo la forma de concesiones y licencias.

³ Borroian, Donald, Las ventajas de las Franchising, Ediciones Macchi, Buenos aires, 1994, pag. 25.

Ante este desarrollo económico vertiginoso surge la necesidad de una regulación jurídica, toda vez que la existente era vaga e imprecisa.

La tecnología impulsó la creación de nuevos bienes y servicios; la transportación y publicidad también contribuyeron, en esta última la televisión jugó un papel determinante para la difusión de los mismos. Asimismo, otros con el apoyo del Gobierno Norteamericano por medio de la *Small Business Administration* (Administración de la Pequeña Empresa), una estructura física y la disposición de sectores financieros para prestamos⁴ a franquiciantes y franquiciatarios⁵, fueron también factores de gran peso en su expansión.

La franquicia durante este tiempo estaban experimentando una sutil evolución, ya no sólo se daba el derecho de usar la marca, se comenzaba a vender el derecho de adoptar todo un concepto comercial, desde la publicidad, carteles, hasta recetas y uniformes, así como tecnología, pero casi ninguna experiencia comercial previa, algunos dueños pedían como condición que les compraran ciertos

⁴ Enrique González , Calvillo, *Franquicias la Revolución de los Noventa*, De. Mc Graw Hill, México, 1989, pág. 35-36.

⁵ **Franquiciante.**- es aquel que posee una determinada marca y tecnología de comercialización de un bien o un servicio, cediendo contractualmente los derechos, transferencias o uso de éstas y proveyendo de asistencia técnica, organizativa, gerencial y administrativa al negocio de los franquiciatarios.

Franquiciatario.- aquel que adquiere contractualmente el derecho a comercializar un bien o servicio, dentro de un mercado exclusivo utilizando los beneficios que de una marca y el apoyo que recibe en la capacitación para la organización y manejo del negocio. Véase Juan Huerdo Lange, *Sistema de Franquicias una nueva oportunidad de negocios*, Asociación Internacional de Franquicias, México, 1989.

suministros, pero su principal fuente de ingresos venía de la venta de un sistema comercial de gran eficacia.

Aquí es importante hacer mención de los primeros pasos que en ese sentido dio *Mc Donald's*, en la revolución del franchising, pues fue esta última la primera compañía en explotar este nuevo concepto y fue Ray Kroc fundador de *Mc Donald's* quien perfeccionó este sistema hasta un grado que nadie había alcanzado.

Ray Kroc comenzó como vendedor de vasos de cartón y mucho antes como frustrado vendedor de bienes raíces durante la década de los veinte.

En los treinta obtuvo los derechos de una batidora de ejes múltiples denominada Multimixer a restaurantes y cafeterías que ya antes habían sido clientes de vasos de cartón; sin embargo, a principios de los cincuenta, las ventas de sus batidores habían caído tanto que casi se encontraba al borde de la quiebra, fue entonces cuando observó que un puesto dirigido por dos hermanos, Dick y Mac MC Donald en San Bernardino, vendía grandes cantidades de hamburguesas, pero lo que particularmente llamó más su atención fue la velocidad, eficiencia, limpieza de operación con que las realizaban. Esto fue lo que impulsó a ponerse en contacto con ellos en 1954 e involucrarse en su negocio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Después de varias pláticas, Kroc los convenció de los beneficios económicos que obtendrían con una expansión a nivel nacional, por su parte los hermanos Mc Donald accedieron a ampliar su negocio aceptando que Kroc fuera responsable de comercializar las franquicias a cambio de la mitad de los ingresos que se obtuvieran.

Kroc aprobaba en general el concepto de venta de hamburguesas de los hermanos Mc Donald; sin embargo se dio cuenta que sus primeras franquicias (entendida hasta ese entonces como distribución) tenían errores en su operación por que las dejaban a su propia suerte, debido a que luego de ser provistos de los planes de construcción del negocio y del sistema de servicios rápidos, algunos cambiaban radicalmente el concepto inicial, pues en lugar de vender hamburguesas terminaban vendiendo carne asada y hasta tacos.

Además, ésta al igual que otras franquicias cometían el error primero, de exponer el concepto de franquiciatarios potenciales, luego concedían los derechos y proporcionaban planes y manuales a cualquiera que pudiera abonar el pago por el uso de su marca y ofrecían capacitaciones por una o dos semanas, para luego no saber nada de ellos e iniciar otra venta. Esta forma según Kroc carecía de visión hacia el futuro, pues si bien es cierto que se ganaban ingresos por la venta, a largo plazo se estaba suicidando la empresa. Así que modificó la mentalidad de las personas y las empresas que tenían acerca de la expansión comercial,

* Franquicia como formato de negocio.

argumentando que el éxito de una franquicia dependía de las demás franquicias. Para ello proporcionó a los franquiciatarios apoyo capacitación y *Know How* (saber cómo), lo que implica el fiel seguimiento a una serie de normas preestablecidas.⁶

Esta singular forma de planear llevó a la empresa a ser líder indiscutible de las comidas rápidas y las franquicias en general, vendiendo después este concepto tanto a sus franquiciatarios como al público norteamericano. Con estas medidas sin saberlo, Ray Kroc se convirtió en el creador de las franquicias como formato de negocio, concepto del cual dependería en adelante que un tercero opere en forma eficaz y uniforme, lo que le permitirá amplias posibilidades de éxito.

La expansión que han experimentado las franquicias en otros países no ha sido menos importante que en Estados Unidos de América: sin embargo, en ningún país se han desarrollado como en éste.

⁶ Revista expansión, No. 189, diciembre 11 de 1991, Franquicias: El fenómeno del fast food.

2.2.- Canadá

Las franquicias juegan un papel muy importante en la economía canadiense y continúa creciendo en importancia. Son más extensas en el comercio al por menor, pues ahora tienen 40% de las ventas.⁷

Hubo aproximadamente 1,700 franquiciantes en este país en 1984, con más de 42,000 franquicias en operación de productos y servicios, suma que ha aumentado sensiblemente en la actualidad⁸

De acuerdo con la Asociación de Franquicias Canadienses (AFC) el volumen de ventas alcanzadas por los negocios que operan mediante el sistema de franquicias ha crecido 13% anual en la década de los ochenta⁹.

La Asociación Canadiense de Franquicias es un cuerpo nacional de franquiciantes y su objetivo es originar un crecimiento, realce y desarrollo de franquicias canadienses. La ACF restringe la membresía a sólo aquellos que cumplen con los estándares y prácticas de la Asociación, y los miembros deben cumplir con el código de ética. La asociación también ha desarrollado una política de sacar a la

⁷ "Franchising in Canadá: Information Source". Strategis: Distribution & Marketing Services Industry Canadá-Service industries and Capital Proyecto. Publication date 21/11/96, p.1.

⁸ Gilbert Tylor, Thomson David, Dabbiken Peter. Franchising in Canadá, C Ch, Canadian Limited Publishers of Topical Lava Reports, 4a de. Canadá, 1989. p.2.

⁹ González Calvillo Enrique y González Calvillo Rodrigo, Franquicias la Revolución de los Noventa, De. Mc Graw Hill, México, 1989. Pag. 48.

luz el tipo de información que los miembros deberán proveer para facilitar a los inversionistas a tomar una correcta decisión.

La Asociación Canadiense de Franquiciantes consta de alrededor de 300 miembros teniendo como base la ciudad de Toronto y cuenta con afiliados en Vancouver y Montreal.

El objeto de la ACF es aconsejar, y asistir al gobierno para mantener un clima adecuado de negocios conduciendo el crecimiento y desarrollo de franquicias para promover el crecimiento y la educación acerca de estas y fortalecer la unidad, cooperación y entendimiento con las comunidades canadienses e internacional de franquicias.

Cada año la ACF da una conferencia sobre lo último en cuanto a franquicias se refiere. La conferencia en cuestión incluye temas legales y financieros, propios de las franquicias, asimismo, la ACF, ofrece seminarios para educar al público para investigar una franquicias antes de invertir.¹⁰

Canadá representa un campo fértil para la implantación de franquicias de manufactura estadounidense. Esto se debe, tanto por su cercanía geográfica, así como la similitud de idiosincrasia e idioma.

¹⁰ "Franchising in Canada: Information Source" Strategis: Distribution & Marketing Services Industry Canadá-Service industries and Capital Proyecto. Publication date 21/11/96, p. 5.

Se han establecido, con gran éxito franquicias estadounidenses en el ramo de la comida rápida, restaurantes y servicios en general. Asimismo, franquicias europeas y japonesas, han sido bien recibidas por los canadienses.

Canadá también ha desarrollado franquicias locales de buena manufactura, inclusive algunos franquiciantes canadienses como Uniglobo Travel ya explotan sus conceptos hacia Estados Unidos de América, Inglaterra, Francia, Bélgica, Japón, Singapur, Australia, Nueva Zelanda y el Caribe.

En Canadá no hay una legislación federal dirigida específicamente a las franquicias, siendo la excepción Alberta, la única provincia de Canadá que cuenta con una legislación específica en la materia. Sin embargo, existen otras legislaciones que pueden afectar la estructura y operación de un negocio de franquicia, los ejemplos incluyen la Ley de Impuesto, la Ley de Competencia, la Ley de Inversión en Canadá, la Ley de Drogas y Comida, Ley de Marcas Comerciales y Ley de Empaquetamiento y Etiquetación al Consumidor¹¹.

El gobierno de Canadá apoya el crecimiento y desarrollo de las franquicias de esa nación, para así equilibrar el déficit de pagos ocasionados por el alto índice de franquicias extranjeras que operan en su territorio.

¹¹ "Franchising in Canada: Information Source" Strategis: Distribution & Marketing Services Industry Canada-Service industries and Capital Projecto. Publication date 21/11/96. p. 7..

Evidentemente, el gobierno y las instituciones financieras canadienses tienen plena confianza en las franquicias, como una industria rentable con bajas probabilidades de fracaso.

3.- Franquicias en el ámbito Internacional

La expansión de las franquicias comenzó a producirse a partir de la venta de acciones de *Mc Donal's* el 15 de abril de 1965, las cuales duplicaron su valor en menos de un mes y continuaron en forma creciente ininterrumpidamente; con posterioridad le siguieron empresas como *Kentuky Fried Chicken*, *Burguer King* entre otras.

Para fines de la década de los sesenta, cadenas como *Mc Donal's*, *Burguer Chef*, *Holiday Inn* y *Kentuky Fried Chicken* contaban con mil unidades o más y el sistema ya había sido absorbido por el estilo de vida y comercio estadounidense. Fue particularmente la rama de *fast food* (comida rápida) la que más se desarrolló, un ejemplo de ello son las pizzerías, primero *Shake's*, luego *Pizza Hut* y el actual líder *Domino's*. Y las comidas típicas entre las que se encontraban la comida mexicana, que estableció su popularidad luego de introducir un nuevo estilo en comida como *Taco Bell*.

Inicialmente la preferencia de las franquicias se enfocó hacia las cafeterías. Hoy abarca más de 60 giros distintos, entre los que se encuentran bienes raíces, mueblerías, tiendas de ropa y calzado, consultorios médicos y dentales, reparación y lavado de autos, agencias de contratación de personal, expendios de donas y helados, etc.

Si bien es cierto que fueron muchos empresarios que entraron a este tipo de sistema, también es cierto que fueron pocas las empresas que sobrevivieron, tal es el caso de Burger Chef que competía con Mc Donal's en cuanto al número de unidades, pero quien detuvo su programa de expansión cuando fue adquirida por General Foods en 1968, perdiendo gran número de franquiciatarios. Para mediados de los setenta había menos de 300 sucursales de un total de 1,200.¹²

Las franquicias para autos cobraron singular importancia debido a su encarecimiento, por lo que la gente prefería conservar sus vehículos en buenas condiciones, un ejemplo de ellas es la franquicia de reparación de automóviles denominada AAMCO.

¹² Revista expansión, No. 189, diciembre 11 de 1991, Franquicias: El fenómeno del fast food.

La internacionalización de franquicias comenzó a producirse a partir de 1971, cuando se tenían registradas 3,365 franquicias operando fuera de Estados Unidos de América. Para 1986 el número rebasaba los 32,000, la mayoría de ellas localizadas en Canadá, Japón, Reino Unido, Italia y Australia.

Aquí es importante hacer mención del papel de la franquicia maestra, la cual puede ser manejada por un nacional en territorio extranjero estableciéndose con ciertas adaptaciones, que permitió tener una más amplia expansión en el mercado internacional.

Canadá ha sido un lugar propicio para el asentamiento de franquicias estadounidenses. De hecho es el país que tiene más franquicias de tercera generación¹³. Situación explicable por la identificación en cuanto a cultura o idioma, lo cual se traduce en una extensión del mercado norteamericano. La rama hacia la cual se ha desarrollado su mercado ha sido básicamente la de la comida rápida, restaurantes y de servicios en general.

Por su parte Canadá también ha desarrollado sus franquicias en el ámbito local ha una gran velocidad y algunos franquiciantes como *Uniglobe Travel*, ya exportan su sistema al exterior y su tendencia es expandirse también a Estados Unidos de América, Francia, Inglaterra, Bélgica, Japón, Australia, etc.

¹³ Es importante hacer un paréntesis para hablar sobre la evolución que presenta una franquicia, de acuerdo a la opinión de expertos esta atraviesa por "tres edades": en la primera , se importan franquicias de otros

Australia también ha sido receptora de franquicias en principio de cadenas internacionales tales como Mc Donal's, Kentucky Fried Chicken, Dominos Pizza, etc.; lo que a motivado a sus empresarios para buscar franquicias donde invertir, así como otorgar franquicias de sus respectivos negocios. Aspectos como legislaciones y controles que protejan a las franquicias y el apoyo de instituciones financieras ha franquiciatarios fueron parámetros relevantes en el desarrollo de franquicias en este país; de tal forma que en la actualidad se le ubica en el segundo lugar a nivel mundial (según cifras de la Asociación Internacional de Franquicias hasta abril de 1999, contaba con 1,100 empresas franquiciantes) ¹⁴

En cuanto a la Unión Europea también ha mostrado un claro desarrollo de franquicias, sin embargo se tiene muy poca información fidedigna sobre ella, a pesar de esto pueden citarse como ejemplos representativos de ese lugar del continente, empresas como *Yves Rocher*, *Phildar* y *Pronuptia* de Francia, *Portas* de Alemania, *Printaprint* del Reino Unido y *Benetton* del cual es importante mencionar que opera con un esquema de *cuasi* tercera generación con más de 200 negocios en Estados Unidos de América y el resto del mundo¹⁵.

lugares, principalmente de Estados Unidos; en la segunda se desarrollan franquicias locales o nacionales y en la tercera se exportan a otros países.

¹⁴ Datos de la Asociación Mexicana de Franquicias (A.M.F.) en Directorio de Socios, México, 1999, pag. 28.

¹⁵ Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y Reino Unido.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.1.- Japón

Las franquicias vieron la luz en occidente, por lo que su importación a países tan lejanos como Japón, se hubiera pensado como no exitosa, debido a las grandes diferencias culturales y de idioma. Sin embargo Japón también ha sido receptor de franquicias estadounidenses, debido particularmente a que siempre ha sido un país dispuesto a asimilar modelos económicos occidentales para perfeccionarlos y superarlos. El mercado de consumidores tiene dos características que han creado un clima propicio para el establecimiento de franquicias un alto poder adquisitivo *per cápita*, así como su densidad demográfica de tal forma que en 1963, inició con 7 franquicias y para 1994 ya contaba con 703 empresas franquiciantes¹⁶ (Fuente: Internacional Fanchise Association, abril de 1994). Aquí como en otros países las franquicias que más aceptación son las de comida rápida, restaurantes, venta de vehículos, etc.

Como ya se ha dicho, las primeras cadenas de franquicias en Japón hacen su entrada en el año de 1963, estas cadenas fueron la *Western Cake Shop*, y la cadena de restaurantes "*Fujiya*" y "*Duskin*", quien renta instrumentos de limpieza. Después en 1969, el servicio de comida fue liberado un 100% a la inversión extranjera y el número de cadenas aumentos en relación al servicio de comida.

¹⁵ Enrique González, Calvillo, op. cit., Pág. 51

¹⁶ Directorio de Socios, A.M.F., México, 1995, pag. 28.

En el reino unido, *Wimpi* Internacional firmó una unión corporativa con *Toshoks Ltd.* (1969), *Mister Donut of America* firmó un contrato de franquicia con *Duskin Co.*, *LTT* (1970).

3.2.- Brasil.

Sin duda, uno de los casos que merece mencionarse es el de Brasil, en donde el surgimiento de las franquicias fue de manera diferente y del cual podemos aprender países como el nuestro. Las franquicias extranjeras fueron desalentadas para entrar a ese mercado, por los altos índices de inflación y los controles rigurosos de cambios, que tienen una influencia directa en la salida de regalías y crearon además incertidumbre en franquiciantes extranjeros; ante tales circunstancias, surge la necesidad de alentar a empresas locales, lo que dio origen a la creación de una tecnología propia.¹⁷

El gran auge de las franquicias locales se produjo en la década pasada con el aumento de la calidad y la tecnología, lo que provocó un salto a franquicias como formato de negocios.

¹⁷ Huerdo Lange, Juan, Sistemas de franquicias: Una nueva oportunidad de negocios, Ed. LimusaMexico, 1989.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Otro rasgo importante de este país, es la internacionalización de sus franquicias, las cuales ya se están operando en Portugal, Japón y México, las que se encuentran dentro de la categoría de alimentos, representadas por las llamadas "churrasquerías" como *Porcao*. Su mercado va todavía más allá, debido a que su meta es incursionar en el mercado norteamericano, según declaraciones de la Asociación de Brasileña de *Franchising*, pretendiendo utilizar como puente a México. En cuanto a este último, su presentación no ha tenido mayor problema de adaptación en sus productos y servicios por la similitud cultural e ideológica.

El desarrollo que experimenta Brasil en materia de franquicias, es uno de los más grandes del mundo. A mediados de los años cincuenta contaba tan sólo con tres franquiciantes (nacionales o de primera generación); y ya para los inicios de 1998 alcanzó la cifra de 550 empresas franquiciantes¹⁸, colocándolo en el quinto lugar del mercado internacional de franquicias, de las cuales la mayoría opera con tecnología de segunda y tercera generación.

Lo anterior demuestra que existen gran número de negocios exitosos en todo el mundo que además de convertirse en grandes cadenas locales, se han transformado en franquicias multinacionales y que en algunos casos, exportan su concepto a otros países tanto la globalización de los mercados como la creación de zonas del libre comercio y la interrelación entre los países han sido una de las razones para la exportación de franquicias. Además, como consecuencia de la

propia globalización se han ido uniformando los hábitos de los consumidores a nivel mundial.

4.- Franquicias en México

La política adoptada por nuestro país durante muchos años estuvo basada en la sustitución de importaciones, establecida como consecuencia de la interrupción del comercio internacional. Esta política considerada esencialmente nacionalista por algunos, perseguía incrementar el nivel de empleo y fomentar el desarrollo tecnológico para aumentar la independencia del país, en la medida que la mayor industrialización nacional se tradujera en mejores niveles de crecimiento económico y bienestar ¹⁹.

Para alcanzar los objetivos de esta política se adoptaron diversas medidas que en general favorecían al sector industrial, aun a costa del sector agrícola; tal es el caso de la protección arancelaria, que se basaba en el permiso previo a la importación; un tipo de cambio generalmente sobrevaluado; créditos preferenciales a la industria; Creación de una infraestructura para apoyar a la industria y la participación directa del estado en algunas industrias²⁰. Sin embargo, tales medidas que favorecían a productor local mermaron las exportaciones, debido a que al darse una protección arancelaria al mercado local las industrias se

¹⁸ Véase directorio de Socios, Asociación Internacional de Franquicias (A.I.F.), México, 1999, Pag. 28.

¹⁹ Luis Alberto, Pérez Aceves, Ensayos e Investigaciones Sobre el Desarrollo Industrial en México, De. Nacional Financiera, México 1988, pag. 18

²⁰ Revista Expansión No. 578, Noviembre, 21 de 1990, "Legaron las franquicias" pág. 126.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

abocaron a trabajar para ese mercado, quedando las exportaciones excluidas de sus planes y provocando al mismo tiempo altos costos de producción que ellos mismos fomentaban por no haber competencia internacional.

Esta tendencia se vio modificada a principios de los ochenta lo que cambio radicalmente la situación para la industria, pues con la adopción de la apertura de México al comercio exterior dejo de recibir un trato preferencial en relación con otros sectores de la economía.

Fueron básicamente factores como la escasez de divisas provocadas por el servicio de la deuda externa, préstamos del exterior limitados al déficit de productos agropecuarios, y en general la incertidumbre en cuanto a los precios internacionales del petróleo, así como la necesidad de recursos de las autoridades gubernamentales para financiar las crecientes y diversas demandas sociales de la población mexicana, las que hicieron aconsejable la apertura de la economía.

Los esfuerzos de la lucha contra la inflación y el alza de precios por el Pacto de Solidaridad Económica no dieron resultados; se pensó que solo con acceso a los insumos importados, la modernización industrial y una mayor integración a las nuevas corrientes tecnológicas; se podría lograr la eficiencia y la competencia tanto en lo interno como en lo externo.

Es importante subrayar el papel del Estado, que ya no participaría como lo hizo en décadas anteriores con un papel activo en la producción industrial y de las grandes inversiones y medidas de política económica e industrial cambiando por consideraciones de eficiencia y racionalización del gasto, con la desincorporación de las empresas paraestatales que no fueran prioritarias.

Se inició con una reducción en el número de fracciones con permiso previo a la importación, combinada con un incremento en los aranceles para brindar una protección más transparente. El proceso se acompañó de simplificaciones tanto en las tarifas de exportación e importación, como en los procedimientos para los permisos de importación.

A mediados de la década de los ochenta se experimentó una aceleración en el proceso de apertura debido a que se buscaba reducir la dependencia en las exportaciones petroleras, e incrementar la eficiencia de la industria mexicana, a través de una mayor exposición a la competencia internacional, creando estímulos para crecimiento.

En resumen, la política del comercio exterior del presidente Salinas persiguió firmemente la consolidación del proceso de modernización de la industria nacional y en materia de comercio internacional buscó como objetivos:

- Fomentar las exportaciones no petroleras;

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Garantizar el acceso de nuestros productos a los mercados mundiales;
- Incrementar y diversificar nuestras exportaciones;
- Alcanzar una mayor uniformidad en la protección de la industria;
- Continuar con al eliminación de las distorsiones provenientes de restricciones no arancelarias al comercio;
- Buscar una inversión extranjera entre la que se encuentra dar facilidades a la franquicia extranjera para establecerse; y
- La transferencia de tecnología y el acceso a recursos externos que contribuyeran a los propósitos de la política de comercio exterior.

El apoyo a la exportación se complementó con la modernización hecha a través de una descentralización de las decisiones, un esfuerzo de simplificación y una mayor agilidad en los trámites involucrados. Aquí es importante hacer mención de las modificaciones o de las "desregulaciones" de la Ley de Inversiones Extranjeras y de la Ley de Propiedad Intelectual que contribuyeron con mucho al fortalecimiento de negocios como las franquicias.

A raíz de la crisis económica que sufrió México a finales de 1994, gran número de empresas, se vieron afectadas motivándose el cierre de algunas de ellas, así como la desaceleración de la producción; sin embargo, es conveniente señalar que aunque la planta productiva, se vio prácticamente destruida las que se

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

mantuvieron fueron las más capaces y entre ellas se encuentran gran cantidad de franquicias.

Actualmente, las franquicias están pasando por un periodo de desestabilización debido al ajuste económico en nuestro país, sin embargo se prevé a largo plazo que serán la forma de hacer negocios más común debido a las ventajas que representa en cuanto a bajo costo de inversión y por que son negocios ya probados.

Es conveniente señalar que según las Megatendencias de Jhon Naisbit²¹. Las franquicias serán uno de los factores más importantes a nivel internacional, por lo que nuestro país debe estar atento a su desarrollo.

²¹ Libro de que se volvió un Best Seller en E.U. por su acierto en las proyecciones económicas estadounidenses.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO II EL COMERCIO DE SERVICIOS

1.- Desarrollo del Sector de Servicios.

Los inicios del comercio los encontramos cuando el hombre, poseyendo excedentes de producción los intercambiaba con sus vecinos, en forma de trueque o mediante el empleo de la moneda. Etapa de tipo local en principio pero evolutiva, tornándose posteriormente regional para después convertirse en nacional y cuando rebasa las fronteras internacional ²²

El comercio ha cobrado fundamental importancia debido a que no hay país en el mundo capaz de satisfacer sus propias necesidades, a ese respecto John Stuart Mill decía:

"algunas cosas son materialmente imposibles producirlas si no es en determinadas condiciones de calor, suelo, agua, y atmósfera. Pero Existen muchas cosas que aún cuando podrían producirse sin dificultad en el país, en cualquier cantidad se importan, sin embargo, desde lejos.

²² Jorge Tamayo. Geografía Económica y Política. Manuales Universitarios, UNAM, Méx., 1964, Pag. 211

La explicación más general sería, que resulta más barato importarlas que producirlas, y ésta es la verdadera razón¹²³

Sin duda la exportación e importación de mercancías conlleva una serie de ventajas y desventajas para los países. La exportación da salida a sus excedentes en producción, genera fuentes de empleo, mantiene el nivel de vida de la población y proporciona la capacidad económica que permite la importación de lo necesario. Por otra parte, la importación compensa a los países de sus precariedades en la obtención de satisfactores y en ocasiones da movimiento a industrias internas, pero también reduce el mercado para la producción nacional.

En consecuencia, todo país requiere tanto de importaciones, como de exportaciones, y el porcentaje de cada una de ellas dependerá de la capacidad o incapacidad de cada país para producir bienes y servicios. Asimismo, vivimos en una etapa en la cual se ha probado la cada vez mayor interdependencia entre los diversos países de orbe, a tal grado, que prácticamente no hay mercancías o productos fabricados en un sólo país. Esto aunado a factores económicos, geográficos, humanos y científicos, han incrementado la dinámica del comercio internacional.

¹²³ Stuart Mill, Principios de Economía política, F.C.E., Méx. 1979, Pág. 497.

1.1.- Desarrollo de Tecnología

Factores como el desarrollo científico tecnológico han tenido una gran influencia en el crecimiento del comercio, debido fundamentalmente a que sus avances son aplicados en todas las áreas de la economía. Tal es el caso de procesos industriales para la producción de mercancías y en las áreas de servicios en lo que se refiere a la distribución, donde más relevancia ha cobrado. Todavía hasta fines del siglo XIX la relación existente entre avance científico y tecnológico no estaba sistemáticamente articulada, debido a que la ciencia apenas influía de modo indirecto en la aceleración de las aplicaciones tecnológicas. En cambio, hoy en día con el impulso de la industria militar y las grandes empresas, la ciencia y la tecnología se interrelacionan, de manera que se han convertido en la más importante fuerza productiva.

La tecnología ha tenido influencia tan determinante en el proceso productivo para los países desarrollados que ha llegado a influir en los precios de las materias primas, es decir, mediante la aplicación de nuevas tecnologías se sustituyen productos como el cobre, níquel y acero por fibras ópticas o sintéticas que hacen que los países ya no requieren materias primas tradicionales para la elaboración de sus productos y que en caso de necesitarlas, estos lo hagan en condiciones más ventajosas. Ello aunado a la disminución y peso de las manufacturas y la aplicación de nuevas técnicas de ventas y administración, así como la informática

y la telemática (información a distancia), han permitido disminuir los costosos inventarios, siendo al mismo tiempo más competitivos.

También la aplicación de la tecnología y más específicamente de la biotecnología y la ingeniería genética en la agricultura y la ganadería, ha provocado cambios fundamentales en la economía, al obtener razas mejoradas, semillas que amplían los terrenos de cultivo y sobre todo la creación de excedentes de producción.

La revolución de los servicios se caracteriza por la vinculación estrecha que tiene con los demás sectores económicos, lo cual se hace a través de la tecnología, que llevan a los países a ser más eficientes. Es decir, el sector servicios puede ser tanto generador como distribuidor de nueva tecnología.

El Desarrollo de una tecnología basada en la informática y telemática ha dado lugar a una revolución tecnológica, originando la desincorporación de estos servicios fuera de la empresa, permitiendo reducir los costos de inversión y funcionamiento, la elección de tecnologías que se adapten a las necesidades y requerimientos de mercado. Y al exterior de los países creando los llamados Conglomerados Transnacionales Integrados (CTI)²⁴ que son identificados más comúnmente como Empresas Transnacionales de Servicios (ETS) quienes han ido desplazando a las tradicionales Empresas Transnacionales de Bienes (ETB)

²⁴ Denominadas así por F. Clairmonte y J. Canavanah "Las empresas Transnacionales y los servicios: en comercio exterior , vol. 36 Núms. 4 y 6, abril y junio de 1986, pp 291-306 y 475-491.

1.2.- Servicios de Infraestructura

La aparición de servicios de infraestructura es otro rasgo de la revolución de los servicios y al igual que las comunicaciones constituyeron la infraestructura de la primera revolución industrial, los caminos y las carreteras fueron la base de la industrialización para la producción de vehículos de motor; las telecomunicaciones son la infraestructura sin la cual no se puede concebir la economía moderna.

Finalmente, uno de los factores que ha incidido en el desarrollo de los servicios es la demanda de los consumidores, quienes exigen cada vez más atención diferenciada y personalizada, lo cual a su vez ha requerido un grado de especialización en la división del trabajo cada vez mayor trayendo como consecuencia una nueva formación de sistemas en el sector servicios.

1.2- Importancia del Sector Servicios en el ámbito comercial.

La tradición que se siguió por muchos economistas de diferentes escuelas⁷ y más aún por teóricos de desarrollo, era que se consideraban a los servicios como una actividad residual, de baja productividad en la que además se requería de abundante mano de obra. Asimismo, consideraban todavía hasta hace unos años, que una economía basada en los servicios representaba un signo de subdesarrollo y que en cambio el crecimiento del sector manufacturero precipitaba los cambios en los factores de producción que permitían el desarrollo de los países llamados en vías de industrialización o de desarrollo.

Sin embargo, los cambios estructurales que se han presentado en los últimos años en los países industrializados, han hecho de este sector una revolución que ha llevado a pensar que será uno de los más estratégicos y dinámicos para todos los países del mundo.

La importancia de este sector podría explicarse con base a cifras del Producto Interno Bruto (PBI) de diversos países desarrollados comparando el sector manufacturero con el de servicios.

⁷ Adam Smith, David Ricardo y Karl Marx, Estudiaron y analizaron exclusivamente la economía de las mercancías y no tuvieron en cuenta los servicios excepto los financieros. Fue sólo hasta el decenio de los años treinta cuando se les incorporó a la economía de los países, dándoseles la clasificación de terciarios y se les definió por diferencia a la producción material, es decir, los servicios son no materiales.

En general todos los países tienden hacia la desindustrialización, orientándose cada vez más hacia el sector servicios, siendo éste el rasgo particularmente más marcado en Estados Unidos de América; sin embargo, aquí existen dos variantes, una que el Reino Unido ha reducido su sector servicios y ha incrementado sus manufacturas y otra, que Japón no ha descuidado su sector manufacturero y continúa con su tendencia en aumento de los servicios.

Otro aspecto que muestra la importancia que cobra el sector servicios y su legislación, fue su inclusión a nivel internacional dentro de la Quinta Ronda de Uruguay (1985) del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros), donde los países desarrollados pretendieron quedarse con la vanguardia de este sector donde aconsejaron a países subdesarrollados a continuar con su política económica de desarrollar el sector manufacturero; y la consideración del GATT 94 de incluir a los GATS (Acuerdo General Sobre Servicios) como una nueva área dentro de este organismo y donde se incluye la prohibición de restricciones al comercio de servicios, conferencias en las cuales México tuvo gran participación.

Otros organismos que incluyeron a este sector fueron: ALALC (Asociación Latinoamericana de Integración) quien busca la integración económica en materia de transporte marítimo, financiamiento y otras actividades de servicios. La CEPAL (Comisión Económica para América Latina) quien ha establecido para lograr una mayor colaboración entre los países latinoamericanos en materia de servicios, el proyecto ABRAMEX donde se pretende la colaboración entre Argentina, Brasil y

México en esta materia. Asimismo el SELA (Sistema Económico Latinoamericano) cuenta con una serie de comités de acción para normar la cooperación latinoamericana en varias actividades de servicios, destacándose su labor en la transmisión a larga distancia. Y otro más la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo), la cual ha trabajado desde sus inicios en la cooperación internacional en algunos servicios como el transporte marítimo, el cual originó el código de conducta para las líneas y en la elaboración de un convenio sobre el transporte multimodal, así como la regulación en temas de seguro y reaseguros.²⁵

La explicación acerca del desarrollo del sector servicios se encuentra en la función que el sector juega en la economía, es decir, éste puede ser utilizado en diferentes etapas del proceso productivo, como insumos de economía, haciendo que de ellos dependa la competitividad, la calidad y la eficiencia de los productos y, como servicios de intermediación que son utilizados por las empresas bancarias, de comunicaciones, servicios jurídicos para la negociación de contratos; de administración para la producción o de personal, de consultoría de diferentes profesiones: agrónomos, agrobiólogos, contadores, etc. Todo lo cual redundará en una adecuación jurídica en tipos de ramas del sector servicios.

²⁵ Revista Expansión, No. 658, febrero 1995, "franquicias: rumbo a la Globalización" pag. 18.

Es importante destacar el papel que ha jugado la informática en todo este proceso, la cual sin duda ha sido uno de los factores clave en el desarrollo de los servicios. A través de ella se ha permitido reducir inventarios y adquirir materias primas en condiciones ventajosas para el comprador.

De la misma forma, la robotización y gestión por computadora, como actualmente sucede con el pago de impuestos vía internet, las técnicas de comercialización y de servicios post venta así como , los servicios financieros han permitido a las industrias de los países desarrollados recuperar su dinamismo y reconquistar mercados ganados por Países de Industrialización Reciente (PIR)²⁶.

En relación a este punto, es importante destacar la separación que han tenido los flujos financieros mundiales de los flujos comerciales, que han llegado a superar a estos últimos gracias a la aparición de servicios bancarios.

2.1.- Inclusión a Nivel Internacional del Sector Servicios.

Los países desarrollados han comprendido la importancia de este sector y lo han separado de las empresas manufactureras, pero al mismo tiempo han sido integrados estrechamente con los demás sectores. Un ejemplo de ello, es que anteriormente cada empresa, ya sea pequeña o grande tenía su propio departamento de ingeniería, contabilidad e informática, en la actualidad, esos

servicios se obtienen de otras empresas que pueden ser independientes o filiales lo que les permite operar a gran escala y adaptarse a las condiciones del mercado.

Uno de los sectores que más tiende a orientarse a este sector es la inversión extranjera directa, las empresas transnacionales actores de la tan de moda globalización e interdependencia se fusionan para formar los llamados Conglomerados Transnacionales Integrados. Por ejemplo, en el caso de la informática, muchas compañías transnacionales han establecido filiales para dar servicios a sus matrices o a cualquier empresa que pague por ello, tal es el caso de *IBM*, *KODAK*, y *UP JHON*, quienes además invierten grandes cantidades de dinero en investigación en otros países.

Esto se aplica también a sectores de la banca, seguros, transporte publicidad, etc. Llegando a ser de esta forma las grandes empresas manufactureras dueñas o accionistas de empresas de servicios, tal es el caso de las tiendas de autoservicio que con inversión extranjera en alguna empresa que ya estaba constituida en nuestro país que pueden llegar a ser de gran éxito como es el caso de la cadena *Wal Mart* que al unirse con la antigua empresa *CIFRA* hoy en día es la más grande de nuestro país.

²⁶ México, Brasil, Singapur, Taiwán y Corea.

Por otro lado, el dinamismo de las empresas medianas y pequeñas independientemente que se han especializado en la producción de bienes y servicios específicos, se venden a otras empresas grandes, pequeñas o medianas, productoras de bienes o de otros servicios, tal es el caso de IBM y Coca Cola, quienes desean que la misma empresa contable siga prestándoles los servicios de auditoría en Nueva York, Zurich y la ciudad de México, cuestión que no se debe sólo a confianza o calidad , sino que permite observar la centralización de las decisiones, el reflejo de la tecnología y la transferencia de fondos a todo el mundo²⁷ jugando aquí los servicios financieros un papel muy importante.

Se presenta otra situación especial, las empresas pueden establecerse sin necesidad de contar con un departamento de contabilidad, ingeniería o diseño. Ahora sólo requieren de una microcomputadora, de los programas adecuados o el alquiler de servicios concretos de otras empresas. Estos factores proporcionan mayor flexibilidad en los procesos de producción debido a que ahora pueden hacerse uso de empresas de servicios comprar las tecnologías que requieran para su mercado.

La comunidad europea ha prestado siempre gran importancia al sector servicios de ahí que sea tan destacada su posición en este sector y su incidencia en la

²⁷ Fernando Mateo, Venturini, "EL Comercio Internacional de Servicios y los Países en Desarrollo", en Comercio Exterior, Vol. 40 Núm. 7, Junio de 1999, Pag. 597.

generación de empleos, es la mayor exportadora mundial haciendo competencia sobre todo a compañías de origen estadounidense y japonés²⁸.

Así, los gobiernos han empezado a percatarse de la importancia de este sector en el PIB, la generación de empleos, en las cadenas productivas y en el proceso productivo de bienes y servicios, a tal grado, que están desarrollando estrategias de políticas, jurídicas, económicas nacionales e internacionales para regular este sector todo ello debido a su gran dinamismo.

Es conveniente hacer mención del caso de México, quien al igual que otros países en desarrollo, la característica del sector servicios es que se encuentra asentado básicamente en el sector terciario, el cual además de todo, utiliza abundantemente mano de obra²⁹, con otra característica, prácticamente no aporta nada al crecimiento económico; en cambio, países desarrollados como Estados Unidos de América, Francia, Alemania han incorporado el sector servicios (tecnología suave llamada por algunos, como por ejemplo la aplicación de la informática) a la planta productiva para tener mayor competitividad y eficiencia en su comercio.

²⁸ Este porcentaje corresponde al año de 1995 y es conveniente señalar que sobre inversión extranjera directa en servicios (IEDS) no existe mucha bibliografía especializada.

ESTRUCTURA SECTORIAL DEL PIB EN MEXICO

	1970	1980	1990	1995	1999
PIB	100	100	100	100	100
Sector Primario	11.9	8.9	8.0	7.7	7.9
Sector Secundario	26.8	29.3	26.9	25.9	25.9
Manufacturas					
Minería					
Electricidad					
Sector Terciario	61.3	61.8	66.4	67.7	68.7
Construcción					
Comercio					
Transportes					
Otros Servicios					

Fuente: SPP, INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México 1980-1999.

El punto medular aquí es, como incrementar la participación de los servicios para contribuir al desarrollo económico de nuestro país. El proceso de modernización de México requiere la integración de servicios al proceso productivo, pero no como lo hemos venido haciendo, a través de la importación de tecnología y servicios, sino por medio de la creación de nuestra propia tecnología y el alentamiento de nuestros propios servicios. Esto con legislación que facilite el

²⁹ De acuerdo al XI censo de Población y Vivienda de 1990 del INEGI, 10796 personas se ocuparon en el sector terciario, 5300 en el primario y 6503 en el secundario, estas cifras son en millones.

alentamiento de nuestros propios servicios. Esto con legislación que facilite el desarrollo de estos sectores, el sector servicios afecta no sólo a un sector, sino a la economía en general la cual será transformada en los próximos años.

2.2.- Servicios y franquicias.

Después de haber brindado un panorama general acerca de la importancia que ha cobrado el sector servicios en la economía y particularmente en el comercio internacional, se entrará propiamente al objeto de nuestro estudio, que es el análisis jurídico de las franquicias.

En este cambio de la economía de bienes a la economía de los servicios, las franquicias están aprovechando la coyuntura para introducirlas cada vez más en el mercado, y en esta dinámica encajan bien porque para desarrollarla se requiere de una capacitación mínima y una inversión inicial pequeña. Un ejemplo de ello lo constituye Estados Unidos de América donde las franquicias han abierto el camino a muchas industrias de servicios.

La rama de los servicios ofrece a la franquicia una ventaja que otros de los sectores de la economía no le ofrecen, la flexibilidad de cambiar de acuerdo a las condiciones del mercado y la de no pasar por las peripecias por las que atraviesan las empresas de manufacturas, debido a que hay empresas de servicios que sólo

necesitan básicamente de un teléfono y una computadora para su operación, en cambio la otra requiere de una infraestructura más sofisticada y debidamente acondicionada, así como trámites ante las autoridades más complicados.

En la economía moderna la distribución de bienes y servicios asume gran importancia en el ámbito mercadológico. La sociedad de consumo, exigente y selectiva desea comprar de una manera cómoda, con calidad, y en la mayoría de los casos con rapidez, tomando en cuenta localización de acuerdo al servicio de que se trate ya sea comer fuera de casa, adquirir servicios de limpieza y de reparación. Situación que ha dado lugar a una extensa y nutrida gama de distribución de servicios prestados con carácter personal y multilateral a la clientela. Por su parte, la franquicia ofrece servicios, calidad, precio y experiencia a fin de operar en condiciones óptimas. Este proceso se ha observado en todos los países que componen la comunidad internacional y más particularmente en países desarrollados.

La franquicia de la cual según la opinión generalizada su nacimiento se remonta al siglo pasado concebida en primera instancia como una forma de distribución de producto y marca, como es el caso de la venta de maquinas de coser singer³⁰ y Coca cola tuvo en la década de los cincuenta y sesenta su exitoso periodo de

³⁰ Se reconoce en general, que el primer Franquiciante fue Singer Sewing Machine Company de E.U.A. a quien por medio de concesiones entre 1850 y 1860 le abonaban el derecho de distribuir máquinas de coser en una región determinada. Y aún cuando su desarrollo sólo diez años, ésta empresa sentó las bases del sistema y una nueva opción de empleo, pues en lugar de mantener filiales y empleados a quienes pagar por vender sus

despegue y desarrollo masivo. Fue en los Estados Unidos de América, cuando se pasó de una producción militar a la civil después de la Segunda Guerra Mundial, con un grupo de pequeños ahorradores inversionistas que querían participar en la vida económica de su país a través de las actividades como la comida rápida y giros comerciales.

Sin embargo, antes de entrar propiamente al tema de la franquicia y con el fin de evitar confusiones con su término más antiguo (*distribución*), se aclarará el concepto al que nos referimos, con lo que ampliaremos su denominación a la de un formato de negocio³¹. De tal manera que el concepto al cual se hará referencia va a consistir en un sistema de comercialización en el que se conjugan dos elementos: por un lado, la utilización de una marca o nombre comercial y por el otro, la transferencia de conocimientos y tecnología que permiten desarrollar un concepto comercial o de servicios, en forma uniforme, preservando una calidad similar pero encaminados a un mismo objetivo: la repetición de esta operación comercial o de servicios.

productos comenzó a cobrar a sus vendedores, con lo que eliminó su carga de asalariados. Dando origen a los primeros concesionarios.

³¹ Franquicias que producen dinero para la empresa por la venta de ideas, conceptos y formatos de operación de negocios de éxito comprobado, diferente a la distribución, donde se produce dinero por la venta de productos y accesorios.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.1.- Diferencias entre franquicias, concesión, Distribución y Licencia de Uso de Marca.

Es importante señalar que el término franquicia no debe confundirse con la *concesión*, distribución o licencia de uso de marca, en virtud de que la primera es una figura del Derecho Público cuyo otorgamiento se reserva al poder público, constituyendo una autorización para que los particulares puedan prestar o explotar un servicio público o recurso natural por lo que la concesión no puede ser otorgada por un particular.³²

En cuanto a la *distribución*, nos encontramos frente a un productor o comercializador de bienes o servicios que requieren ampliar sus canales de desplazamiento del producto y por el cual se celebra un contrato con una persona o empresa para que auxilie en determinada zona en la comercialización del producto a cambio de una comisión.

Por último, en lo que se refiere a la *licencia de uso de marca* guarda alguna semejanza con la franquicia; sin embargo, en ella encontramos al titular de una marca, confiriendo a un tercero el derecho de usar dicha marca, pero sin que exista transferencia de tecnología y sin que pretenda buscar alguna uniformidad

³² Venegas Santoro, Antonio, El Contrato de Franquicia y su Clasificación, Santa Fe de Bogota, Colombia de. Librería del profesional, 1999.

* Los distribuidores son intermediarios.

en la comercialización de los productos por lo que tampoco se acerca al concepto de franquicia.

De esta forma tenemos que las franquicias son aplicables especialmente a las empresas prestadoras de servicios, toda vez que se trata de un "nuevo" esquema de "distribución" de bienes y servicios que coadyuvan a formar hombres de negocios con una nueva cultura empresarial y una poderosa herramienta de mercadotecnia con una visión que es proporcionar servicio, calidad, precio, eficacia y sobre todo organización.

A menudo, la gran diversidad de servicios existentes han hecho que la franquicia tenga una amplia gama de procesos en los cuales pueda participar, renta de autos, comida, servicio automotriz, agencias de empleo etc., lo que a primera vista hace pensar que su objeto es el de distribuir bienes y servicios, por ello ampliaremos aún más el contexto en el cual se inserta la franquicia en el campo de los servicios.

Tomando como base la LFPPI que en señala que se transmiten conocimientos técnicos o se proporciona asistencia técnica, para *prestar servicios* de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de un marca.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Así pues, el servicio al cual nos referimos se encuentra en lo que comúnmente se denomina como *Know How* (saber cómo) es decir, toda la transmisión de conocimientos y herramientas que son necesarios para que un negocio tenga éxito³³. Y aún cuando las franquicias son una de las actividades más sencillas destinadas al consumo, no por ello dejan de tener dosis de tecnología que se hace a través de manuales de organización, instructivos de capacitación, retroalimentación de experiencias y una adecuada supervisión.

³³ Un ejemplo muy pertinente aquí es la empresa McDonald's en donde tal vez para algunos cocinar una hamburguesa no requiere de gran ciencia, pero para producir millones de ellas o quizá más al año, se requiere de una gran cantidad de organización y conocimientos e información para otorgar rapidez, calidad y eficiencia.

CAPITULO III ANALISIS JURIDICO DE LAS FRANQUICIAS

Una de las tareas que se emprendió en la presente investigación es servir de guía para el establecimiento de franquicias en México. En los capítulos anteriores se dio la definición y generalidades de esta figura jurídica, en éste se abordan los aspectos legales aplicables a la misma, así como los pasos a seguir tanto como por el franquiciante como por el franquiciatario con el fin de facilitar su establecimiento de este formato de negocios.

A partir de 1990, la franquicia como formato de negocio se extendió por todo el territorio nacional con gran éxito. Las causas que motivaron esta expansión fueron de índole económico social y legal. En 1989, México inicia el camino hacia una apertura comercial eliminando barreras y trabas que por años permanecieron intocables, originando el proteccionismo e ineficiencia de las empresas; con el fin de lograr esta apertura fue necesario reformar dos ordenamientos para la regulación de la figura de las franquicias: la Ley de Inversiones Extranjeras y la Ley de Transferencias de Tecnología (derogada).

Factores como la baja en las tasas de interés, créditos y la posición estable del dólar motivó que el inversionista buscara mas negocios productivos que especulativos. Así las franquicias se presentaron como una oportunidad de

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

hacerse un negocio propio y la oportunidad de expandir mercados con baja inversión, minimizando los riesgos de fracaso, toda vez que se trataba de negocios ya probados.

Con el objeto de tener una idea del crecimiento que experimentó este tipo de negocios en México, debe mencionarse que la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), tenía registradas en 1990, a sólo 9 empresas de este tipo, en la actualidad la cifra supera las 300, entre extranjeras y nacionales.

Es importante considerar, que el número de franquicias existentes en México hasta el año pasado, abarcaban 5 mil puntos de venta de más de trescientas empresas operando bajo este sistema vendiendo 5 billones de dólares en 1993 a 1999 su crecimiento fue de 80 por ciento generándose durante este periodo cerca de 40 mil empleos³⁴, debido a los tiempos tan difíciles que estamos pasando esto ha decrecido; sin embargo, está previsto que este formato de negocios vuelva a resurgir dando opción a nuestra tan quebrantada economía, sobre todo, si se apoya mediante incentivos fiscales, así como modificaciones legislativas a efecto de facilitar la instalación de este tipo de negocios.

Del total de franquicias operando en México del 60 por ciento son de origen extranjero y el 40 por ciento de origen nacional; existen franquicias mexicanas

³⁴ Asociación Mexicana de Franquicias, ¿Qué son? ¿Cómo operan?, Perspectivas, agosto de 1998, pag. 25-32.

(*Vips, Bing, Pollo Loco, Taco Inn y OXXO*), que ya han iniciado la exportación de sus conceptos dentro de otros países como: Estados Unidos de América, Guatemala, Costa Rica, Colombia Perú y España³⁵. Se espera que el porcentaje crezca aunque no con el dinamismo que venía presentando en el año de 1994. Sólo las empresas más capaces y mejor estructuradas sobrevivirán y podrán desarrollarse en México.

Es conveniente hacer mención de las etapas por las que atraviesa la franquicia con objeto de ubicar en cuál de ella nos encontramos:

- a) Importación de nombre, marcas y tecnologías.
- b) Tropicalización³⁶ de las franquicias importadas y creación de tecnología mexicana y;
- c) La internacionalización de franquicias mexicanas; las cuales como quedó indicado, ya están incursionando en el exterior con gran aceptación.

La última etapa es la meta que deberá perseguirse y un factor que contribuya al desarrollo de este sistema, es la actualización y perfeccionamiento de los ordenamientos legislativos que regulan a esta figura; dando mayor seguridad al

³⁵ Reyes Díaz Leal Eduardo, Franquiciando, *Del Verbo Emprender*, Ed. Limusa, Mex. 1994 pag. 54

³⁶ Adaptar la franquicia a las condiciones socio económicas de cada país. Como ejemplo, la salsa que se agrega a las hamburguesas de Mc Donal's en México.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

sistema, así como la desregulación de leyes obsoletas y sin trascendencia que sólo obstaculizan los procedimientos de constitución.

1.- Legislación Aplicable

La Ley que da entrada a la figura de las franquicias es de reciente creación, lo que hace comprender que en México el sistema es nuevo, pues data de 1990: ya que anteriormente no existía un marco jurídico legal que regulará a las franquicias.

La autoridad se dio cuenta de la importancia de este formato de negocios para el desarrollo nacional y reformó la legislación correspondiente; aunque podría agregarse que aún no ha sido terminada.

Las legislaciones aplicables a las franquicias son:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

En su artículo 25 y 28 se sientan las bases de la franquicia.

Artículo 25.- Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que este sea integral, que fortalezca la soberanía nacional y su régimen democrático . . . la ley alentará y protegerá la actividad económica que realicen los particulares y proveerá las condiciones para que el desenvolvimiento del

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

sector privado contribuya al desarrollo nacional en este artículo establece que el Estado promoverá las actividades económicas para el desarrollo nacional, por lo que en esto se puede incluir a las franquicias como actividades que contribuyen a ese fin.

Artículo 28.- *"En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las practicas monopólicas, los estancos y las exenciones en los términos y condiciones que fijan las leyes. . ."* Dicho artículo manifiesta ciertas restricciones en términos de actividades económicas particulares, en donde no debe existir acaparamiento de mercado que impida la libre competencia. En este marco, las franquicias como actividad económica particular debe respetar esas normas.

- La Ley de Transferencia de Tecnología o Ley Sobre Control y Registro de Transferencia de Tecnología y el Uso de Explotación de Patentes y Marcas (derogada)

La cual dio por primera vez, una definición de lo que era el contrato de franquicia y sus principales características; resultando que al quedar derogada, benefició a los inversionistas extranjeros, ordenamiento que tenía el principio de regular el contrato de tecnología que debía estar aprobado y registrado por nuestras autoridades, para tener efectos legales. Ley en la que además se registraban dos

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

contratos, en lugar de uno, el de licencia de uso y marca o nombre comercial y el de asistencia técnica y/o transferencia de tecnología.

- **Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial**

Que en su artículo 142, indica "existirá franquicia cuando con la licencia de uso de una marca se transmiten conocimientos técnico o se proporciona asistencia técnica, para 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 pretende conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezcan el reglamento de esta ley.

Para la inscripción de las franquicias serán aplicables las disposiciones de este capítulo.³⁷

³⁷ Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, Publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 27 de junio de 1991, Modificada por decretos publicados el 2 de agosto de 1994 y 26 de diciembre de 1997 y 17 de mayo de 1999

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Artículo 136.- señala que el titular de una marca registrada o en trámite podrá conceder a todos o algunos de los productos o servicios a los que se aplique dicha marca. La licencia deberá ser inscrita en el Instituto para que pueda producir efectos en perjuicio de terceros.

Artículo 138.- señala los casos de cancelación de la inscripción de una licencia que son:

I.- Cuando lo soliciten conjuntamente el titular de la marca y el usuario a quien se le haya concedido la licencia;

II.- Por nulidad, caducidad o cancelación de registro de marca, o cuando se trate de marcas en trámite y no se obtenga el registro de las mismas, y

III.- Por orden judicial.

En resumen, los principales objetivos en materia de franquicias dentro de la Ley Fomento y Protección a la Propiedad Industrial son:

- Establecer las bases para que las actividades comerciales e industriales del país tengan un sistema permanente de perfeccionamiento, en cuanto a sus procesos y productos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Proteger la propiedad industrial y prevenir los actos que atentan contra ésta, o que constituyen competencia desleal relacionada con la misma, estableciendo las sanciones y penas respecto de ellos.

- Ley Federal de Derechos de Autor.

Consagra todo lo relacionado a derechos autoriales, procedimientos, sistemas, etc. que son ampliamente utilizados por las franquicias.

Las figuras de propiedad industrial y autoral que encontramos en las franquicias son las marcas, nombres comerciales, avisos comerciales, secretos industriales, patentes y derechos de autor.

- Código de Comercio

Regula actos de comercio donde se encuentran implícitas las actividades de las franquicias, como son las obligaciones de todas las personas que profesan el comercio, la calidad mercantil, su contabilidad, personas que no pueden ejercer el comercio, de los actos de comercio y de los contratos mercantiles etc.

- Ley General de Sociedades Mercantiles.

Aunque no se trata propiamente de una sociedad tiene reglas similares a las sociedades, inclusive las partes contratantes en una franquicia pueden ser sociedades mercantiles y en este caso cada una de ellas esta regulada por este

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ordenamiento, desde su forma de constitución, funcionamiento, administración, vigilancia etc.

- Código Civil.

Sujeta al contrato de franquicia a las disposiciones que en materia de contratos señala este código, como puede ser su clasificación y la generalidad del mismo al respecto con posterioridad en este trabajo se profundiza mas ampliamente al respecto del contrato de franquicia.

- Legislación fiscal (Ley del Impuesto Sobre la Renta, Ley del IVA, Etc.)

Disposiciones en materia de impuestos a las que se sujeta cualquier actividad de índole comercial y de servicios.

- Ley Federal del Trabajo.

La gran cantidad de empleos que genera el sistema de franquicias debe de sujetarse a esta ley.

- Ley Federal de Protección al Consumidor.

Se encarga de velar por los derechos de los consumidores de las diversos prestadores de servicios incluyendo a las franquicias.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- Ley Federal de Competencia económica.

Se encarga de vigilar y cuidar la libre competencia de las actividades comerciales, productivas y de servicios.

- Ley de Inversiones Extranjeras.

Regula todas las inversiones donde tiene participación los extranjeros en diversas actividades de índole comercial y de servicios.

- Ley Federal Sobre Metrología y Normalización.

Contempla todo lo relacionado a pesas y medidas parámetros como son los lineamientos a que se deben sujetar los comerciantes.

No obstante las leyes y sus respectivos reglamentos que acabamos de mencionar, existen otras que en forma indirecta regulan a las franquicias; sin embargo, sólo en la LFyPI se habla en forma específica, las otras son complementarias, limitadas y dispersas en esta materia.

Lo anterior trae como consecuencia, que esta figura jurídica no tenga bases legales suficientes, toda vez que para la constitución de una franquicia en México, se tienen que seguir los parámetros de una sociedad mercantil. A últimas fechas , se creó el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial , cuyo objetivo es el de registrar e inscribir las renovaciones transmisiones o licencias de uso y explotación entre otras actividades, a fin de coadyuvar y fortalecer a diversas

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

figuras jurídicas entre ellas la franquicia, Es el único organismo que obliga al registro de las franquicias, sin embargo, estas normas no son suficientes ya que los empresarios nacionales que desean invertir las desconocen y sienten inseguridad en este tipo de negocios.

Por otro lado, existe un órgano privado en México encargado de orientar tanto a franquiciantes como franquiciatarios en el desarrollo de este tipo de sistemas en México, la Asociación Mexicana de Franquicias creada desde 1989, cuyo objetivo ha sido difundir este tipo de negocios y crear un frente común por medio de membresías a este organismo de defensa de las franquicias.

Esto no se ha cumplido, en virtud de que existen franquicias que no se encuentran registradas en dicha asociación; además de no ser un organismo público obligatorio.

Otro factor que debe analizarse, es la legislación que se ha creado a través de los tratados internacionales en los que México ha sido partícipe Tratado de Libre Comercio de América entre México, Estados Unidos de América y Canadá (TLC), Acuerdo General Sobre Servicios, Organización de Libre Comercio, Etc.; los cuales podrán servir de apoyo para la explotación de franquicias nacionales, mismos que ya fueron mencionados en párrafos anteriores.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

México se ha convertido en terreno fértil para el desarrollo de esta forma de negocios, incluso, ya estamos comenzando a explotar esta fórmula de negocios de la cual seguramente, veremos cada vez un mayor y más sólido desarrollo. Logros como la reprivatización de la banca; la disciplina fiscal, la reforma monetaria, la desincorporación de empresas públicas; la Ley Federal de Competencia Económica, el Reglamento de la Propiedad Industrial, la Ley de Comercio Exterior y la Reforma Educativa constituyen un cuadro favorable para la consolidación de este sistema en nuestro país.

Los tiempos de crisis que vive México en la actualidad no son para preocuparse sino para ocuparse; a pesar de la severa desaceleración económica, el país debe mantener un paso firme y sostenido hacia el desarrollo de las franquicias y para ello, deben de darse las condiciones legales adecuadas.

1.1.- Elementos de las Franquicias

Alejandra Torres de la Rosa, en su libro denominado El Contrato de Franquicia en el Derecho Mexicano, señala cuales son los elementos de las franquicias señalando que son tres: La identidad de la Franquicia, Sistemas Operativos y una contraprestación, los cuales los define de la siguiente manera:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1) La Identidad de las Franquicias

Es el nombre de la franquicia suficientemente conocido para justificar la adquisición de una franquicia que se puede desarrollar en el mercado.

La Marca como identidad de la franquicia es lo que logra el conocimiento y reputación del negocio franquiciado entre los consumidores que la relacionan con diversos productos y servicios colocados en el mercado. Es la imagen que refleja la personalidad de la empresa.

2) Sistemas Operativos.

Cumple con la transferencia de tecnología o conocimiento técnico puramente operativo y funcional, deberá existir el manual de operaciones, que es el instrumento que capacita al franquiciatario para iniciar, operar, comercializar y administrar su negocio.

Los manuales de operación representan el plan maestro por medio del cual los franquiciatarios sincronizan sus operaciones.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Los manuales de operativos expresan los conocimientos operativos y funcionales del negocio que contienen las políticas y directrices por las que tendrán que regirse los franquiciatarios.

3) Contraprestaciones

Al otorgar el franquiciante la licencia de su sistema al franquiciatario, marca o nombre comercial, una contraprestación la cuál consistirá en el pago inicial a la firma del contrato, las regalías como pagos periodicos y un porcentaje o contribución constante para el pago de la publicidad.

Para este tipo de contratos no se puede hablar de un formato o machote, en virtud de las diferencias particulares que existen de cada franquicia; sin embargo, estos documentos podrán contener elementos comunes como los siguientes:

De inicio y como parte fundamental la Intención de querer transmitir la licencia de uso de marca y la tecnología contenida dentro de un formato de negocios.

Derivado de la transmisión de licencia y de manera enunciativa y no limitativa este tipo de contrato deben de observar los puntos que mas adelante se describen:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

I.- Regalía inicial o cuota inicial (Costo de franquicia)

Es la contraprestación que el franquiciatario paga al franquiciante, por el derecho de hacer negocio bajo la marca y sistema del franquiciante que abarca dos criterios básicos que existen para determinar la cuota inicial para la franquicia:

a) Los costos relacionados por franquiciar el negocio lo cual abarca entre otros:

- **La asesoría** en el diseño del sistema de franquicias y/o cuota inicial de la franquicia maestra si se trata de una extranjera.

- **La capacitación.**

- **El desarrollo de los manuales operativos y del sistema de computo.**

- **Asesoría legal**

- **La inversión en publicidad y promoción de la franquicia.**

- **Estudios de mercado, los cuales sirven para determinar la movilidad con la competencia, los cuales comprenden:**

b) Comparativos con la competencia, los cuales comprenden:

- **Competencia directa** en la medida que el costo de la franquicia sea menor, existirá mayor numero de puntos de venta.

- **Competencia indirecta** para medir esta, se utiliza el monto de la inversión inicial, con el de otras franquicias.

II.- Regalía Continua (tiempos de pago)

Es el pago a que se hace acreedor el inventor de un producto o servicio, son pagos que menos el costo de los servicios que proporciona el franquiciante, dan como resultado la utilidad que recibe por los esfuerzos realizados y capital invertido para el inicio, expansión y operación del sistema de franquicias. Existen diversos tipos de regalías como las siguientes:

1) Regalías por Asistencia Técnica: El pago por todo el soporte que se da a lo largo de la vida real del negocio, así como la marca que se está utilizando.

2) Regalías por Publicidad: Manejo de publicidad institucional.

Las modalidades de las regalías pueden ser:

- Pagos fijos.
- Regalías simples; sobre ventas o sobre compras.
- Franquicia del producto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

III.- Imagen Exterior del Producto

Reglamentación sobre la imagen de los productos o servicios, aspecto tanto interior como exterior del establecimiento.

IV.- Equipamiento

Apoyo en el establecimiento e instalaciones, así como autorización de uso de instalaciones y equipo que fueron aprobados previamente.

V.- Punto de venta

Políticas de venta al público y reportes en forma periódica, así como servicios de venta y posventa que acreditan al negocio como responsable y la obligación de los dueños de atender total o parcialmente el negocio.

VI- Marca.

Otorgamiento de uso o marca que es una declaración de los nombres y marcas propiedad del franquiciante y su reglamentación sobre el uso de las mismas, símbolos, patentes o colores que distingan a la empresa como negocio de franquicia.

VII.- Capacitación.

Son las cláusulas que hablan sobre la capacitación y preparación del personal en forma eventual o constante y la sede de dicho entrenamiento. Es el entrenamiento en el uso y elaboración de los productos o servicios.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

VIII.- Asistencia Técnica.

Asesoría en el uso y elaboración de productos, servicios y operación del negocio.

IX.- Publicidad y Mercadotecnia.

Apoyo a nivel institucional, uso de propaganda, publicidad y promoción.

X.- Desarrollo de nuevos productos y nuevas técnicas

Cláusulas sobre mercancías a consignación en caso de existir, o reglas para la introducción de nuevos productos o procedimientos.

XI.- Manuales y Estándares de Operación

Obligación de seguir los lineamientos establecidos en los manuales para que la operación sea igual a todas las franquicias.

XII.- Mantenimiento

Normatividad a seguir para la protección de mobiliario y equipo.

XIII.- Estándares de Calidad

Patrones de desempeño que observen la calidad de los productos o servicios por parte del franquiciante.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

XIV.- Seguros

Por lo general, la compañía franquiciante pide al franquiciatario que asegure su negocio, para así tener la seguridad de que si sucediera algún imprevisto, el franquiciatario tenga la posibilidad de volver a instalarlo.

XV.- Fianzas

Sirven para proteger y tener un respaldo en lo que es el contrato de franquicia.

XVI.- Términos del Contrato

Duración del contrato de franquicia, el cual varía dependiendo del tipo de negocio.

XVII.- Transferibilidad

Lo más común es que no se pueda transmitir sin el permiso previo del franquiciante, salvo convenio en contrario.

XVIII.- Rescisión y terminación Anticipada

Esta se puede dar por voluntad de las partes, o por que alguna de las mismas haya incurrido en alguna de las cláusulas de rescisión y responsabilidad, multas, sanciones y castigos. O cuando el franquiciatario ha cumplido con los manuales o procedimientos, entonces el franquiciante podrá intervenir en el manejo y funcionamiento de la franquiciadora, con facultades para revisiones periódicas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

XIX.- Renovación y/o Venta

Lineamientos para la ampliación o renovación de documentos base de la acción. Con respecto a la venta se hará preferentemente al franquiciante en caso de muerte o retiro de negocio por la contraparte.

XX.- Confidencialidad

Es la obligación por parte del franquiciatario de guardar los secretos que aprenda del sistema tanto en el proceso de producción, comercialización y venta, así como fórmula del producto no divulgándola a terceros, no solo durante la vigencia del contrato sino después de vencido.

XXI.- Información Contable

Se pretende que el franquiciante tenga acceso a los registros contables para ratificar el buen funcionamiento del negocio, debiendo ser uniformes en toda la red.

XXII.- Modificaciones al Sistema

Esto se hace a través de un convenio que discuten ambas partes que finalmente modifican las obligaciones generales al contrato de franquicias.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

XXIII.- Territorio

Es la reglamentación sobre el territorio donde se puede explotar los derechos del contrato, la periodicidad de la concesión y las limitaciones para el cambio físico del domicilio del negocio.

XXIV.- Impuestos

Es a cargo de quien corren todos los impuestos, permisos, licencias, etc. Por lo regular la obligación es del franquiciatario salvo convenio en contrario.

XXV.- Obtención de Licencias

Esta obligación corre a cargo por lo general del franquiciatario, ya que es la persona que deberá conseguir las licencias, permisos, registros, etc. Para el funcionamiento de la franquicia, independientemente que en ocasiones recibe apoyo del franquiciante.

XXVI.- Penalidades

Esta se da por incumplimiento de lagunas de las cláusulas del contrato, por restricciones en cuanto a ocupación de otros giros, atentar contra manuales y sus descripciones, así como retraso o mora en el pago de sus regalías.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

XXVII.- Solución de Controversias

Es la competencia de los tribunales a que se sujetan las partes en caso de un conflicto, aunque para este tipo de contrato se sugiere sujetarse a la institución del arbitraje por ser más rápida.

Se aclara que no todos estos elementos deberán estar en este tipo de contratos, pudiendo aumentar o disminuir según las necesidades de la franquicia, simplemente son los que a mi consideración resultan más importantes; otro aspecto que se debe considerar por el número de franquicias, es que deberán ser en esencia iguales, pues se trata de que las operaciones comerciales sean idénticas o similares.

Tratándose de franquicias maestras internacionales, resulta conveniente negociar algunas cláusulas buscando una adecuada adaptación del concepto extranjero al mercado nacional.³⁸

1.2.- Tipos y categorías de las franquicias

En general los tipos y categorías de franquicias se clasifican de conformidad a el fin para las cuales son creadas siendo las más comunes las que a continuación se describen.

a) Franquicia de Servicio

La Franquicia de Servicio es aquella mediante la cual se suministra uno o varios servicios como conceptualización de técnicas o normas predeterminadas (bienes raíces, por ejemplo).

b) Franquicia de Distribución

En esta franquicia el franquiciador vende y revende o fija al asociado, los productos que tiene que vender completando de esa forma, el trabajo con la aportación de una marca. (franquicias de ropa y calzado).

c) Franquicia de Producción

El Franquiciador facilita al franquiciatario un método de producción y autoriza a utilizar su marca tras superar los controles de calidad por ella establecidos (restaurantes).

d) Franquicia Industrial

En esta franquicia el franquiciador se asocia a otras industrias para que fabriquen sus propios productos bajo la licencia y obteniendo a cambio, el beneficio de su tecnología, marca y ayuda técnica.

¹⁸ Torres de la Rosa; Alejandra, El Contrato de Franquicia en el Derecho Mexicano, Ed. Porrúa, 2000.

Según Lluís Cardelus cualquier tipo de franquicia tiene por sí sola una sola vocación de crecimiento. Generalmente empieza por abarcar el territorio del propio país, pero una vez consolidada su presencia en el mercado nacional, el franquiciador se plantea la posibilidad de ir más allá de sus fronteras por ello se pueden modificar las franquicias bajo las modalidades siguientes:

a) Franquicia Territorial

Cuando se asigna al concesionario una zona geográfica definida dentro de la cual podrá operar libremente. Con esta modalidad de franquicia, sólo se puede trabajar dentro de sus límites territoriales con la única posibilidad de abrir filiales en ella y poder contratar acuerdos de franquicia con otros. En la mayoría de los casos también se le permite conservar parte de las regalías que dichos subconcesionarios deben pagar al propio concesionario.

B) Franquicia Individual

La franquicia queda limitada a una sola persona o a una sola empresa; el concesionario no tiene el derecho para poder cederlos a otros como lo es en caso anterior.

Una vez que una entidad o persona ha firmado un contrato con el franquiciador y ha empezado a funcionar, reproduce y desarrolla la marca de dicha franquicia en otro país haciendo las funciones del franquiciador.

c) Franquicia Mixta.

Cuando la franquicia esta limitada a una sola persona quien podrá desarrollar empresas filiales dentro de un territorio restringido.

Las ventajas de este sistema es la rápida adaptación del paquete de franquicia a las características legales, comerciales, económicas y del consumo del país, ya que es el franquiciatario maestro quien hace las inversiones, así como la publicidad necesaria para la captación de nuevos franquiciados.

En general, el franquiciatario explota a titulo de establecimiento piloto, uno o diversos puntos de venta para poder ajustar la fórmula original a la realidad del propio país.

El franquiciatario maestro es una entidad jurídica sea persona fisica o moral, que adquiere del franquiciante los derechos respecto de una región o territorio amplio, como puede ser el caso de todo un país, para que a su vez pueda subfranquiciar a otras personas las unidades o establecimientos franquiciados para que sean operados por estas, de manera que el franquiciatario maestro cobre una parte de las regalías y otra, se pague o entregue directamente al franquiciante original.

En principio el surgimiento de la *franquicia maestra*, ha tenido aceptación en los mercados ya que permite la adaptación general de las franquicias a las condiciones imperantes en el mercado, de tal forma que al recibir el franquiciatario

final el negocio de la franquicia, ya lo encuentre adaptado y desarrollado a las condiciones específicas de su territorio, lo cual suele simplificar la relación y elevar las posibilidades de éxito comercial.

Sin embargo, en nuestro país se ha observado que la figura del *franquiciatario maestro* no en todos los casos esta cumpliendo con su importante labor, ya que en ocasiones se trata de empresas o personas que carecen de la experiencia necesaria para poder entender y consecuentemente otorgan subfranquicias que involucran un alto riesgo para los compradores.

De cualquier forma suele introducirse una distorsión en esta relación jurídica, que además de implicar un costo adicional generados por la intervención de esa empresa; impone una serie de restricciones de comunicación entre las partes tradicionales del contrato, generando graves conflictos.

Es importante que en nuestro país se vigile y regule de manera conveniente la figura del franquiciatario maestro, a efecto de asegurar al franquiciatario final que reciba a cambio de su inversión los servicios que el franquiciante original debe suministrar.

Otras modalidades que se plantean, son las siguientes:

a) Sucursal Propia

Este sistema ha tenido éxito en los países miembros de la Comunidad Económica Europea.

Consiste en que el propio franquiciado abra una sucursal o una filial que tenga como objetivo desempeñar el papel de franquiciadora en el nuevo país.

Este método permite mantener el 100% del control del desarrollo aunque obliga a realizar inversiones, así como mantener una estructura capaz de mantener el control en las distintas filiales.

b) Franquicia Piloto.

Es otro sistema para entrar en un país. Consiste en empezar la franquicia através de un establecimiento piloto, suministrado y dependiendo directamente de la sede central del franquiciador, ya que una vez organizado, permite disponer de toda la información.

Es un sistema de entrada y en el caso de que la decisión se expandir la red de franquicia, probablemente dicho establecimiento pasará a depender de un franquiciatario o maestro de la filial.

3.- El Contrato de Franquicia.

El párrafo segundo del artículo 142 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, señala que en la figura de la franquicia, se debe establecer a través del contrato, en forma clara y precisa los derechos y obligaciones de las partes (franquiciante y franquiciatario) señalando que . . . "Quien concede una franquicia, deberá proporcionar a quien se le pretende conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establece la ley.

El **Código Civil en su artículo 1793** define al contrato como "convenios que producen o transfieren derechos y obligaciones", pudiéndose entender como el acuerdo de voluntades de dos o más personas para producir o transferir derechos y obligaciones.

Por lo que podemos inferir que el contrato de franquicia es de tal trascendencia, que se constituye en un elemento detonador que coadyuva al buen desarrollo del mismo, siendo la base legal para la relación existente en el sistema.

Para el caso de las franquicias, se entenderá como el acuerdo de voluntades en el que se van a transmitir derechos y obligaciones entre una persona llamada franquiciante (que es la persona que otorga la franquicia) y la otra denominada franquiciatario (que es la persona que recibe el beneficio de poder usar la marca

y la tecnología). Este contrato que suscriben ambas partes, se convierte en el eje de toda la operación del negocio *franquiciado*, por lo que en este documento se deberán especificar, los términos y condiciones bajo las cuales el franquiciante transmitirá al franquiciatario el derecho de usar la marca y las condiciones técnico necesarias (Tecnología, *Know how* y capacitación), para que pueda repetir conocimientos siguiendo métodos y procedimientos establecidos en una operación comercial; el cual dará seguridad a las partes y preverá conflictos futuros.

3.1.- Generalidades

Entre los puntos que debe contener el contrato, los cuales son los básicos en cualquier contrato comercial, deben estar: la legalidad de las empresas y ía de las personas implicadas; la acreditación de la personalidad de los representantes, es decir, que se delimite correcta y claramente y el sistema que se está otorgando en el documentos en cuestión, además de señalarse cláusulas de financiamiento, monto de intereses, fechas de pago etc.

Como podemos observar, aún cuando aparentemente todo deriva de un contrato, tanto el franquiciante como el franquiciatario tienen que recurrir a un cúmulo de leyes que en ocasiones obstaculizan el buen desarrollo de este sistema, provocando se desaliente la inversión de la micro, pequeña y mediana empresas,

las cuales podrían ser una alternativa para resolver parte de la crítica situación económica por la que atraviesa el país.

Una vez celebrado el contrato deberá acompañarse con firmas autógrafas y certificarlo ante Notario Público, además de inscribirlo en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Todo lo anterior se diluye en el concepto de que para realizar un buen negocio bajo este sistema, se tiene que hacer un buen contrato de franquicia que responda a las incógnitas, que puedan surgir en los momentos de la negociación; de ahí la necesidad de asesorarse por algún profesional conocedor del derecho especializado en franquicias antes de firmarlo.

Por otro lado, uno de los objetivos de la Asociación Mexicana de Franquicias es la culturización, que básicamente, implica el cambio de mentalidad del empresario y su decisión de coadyuvar a la consolidación de un sistema de negocios, que resulta práctico y moderno para el medio mexicano; constituyendo una corriente de cambio con su propia filosofía y forma más eficaz de desarrollo. De ahí que su penetración se vea limitada por la situación empresarial acostumbrada al paternalismo estatal. Por lo que debemos de concluir que el nexo jurídico que se establece entre el franquiciante y el franquiciatario es el contrato y sobre de éste se deben planear bases claras para lograr los objetivos de esta asociación, en bien del desarrollo económico de México.

Como indique anteriormente, la relación entre franquiciante y franquiciatario se basa en derechos y obligaciones que prevé para ambos el contrato de franquicias. Por lo que se trata de un contrato de tipo mercantil, bilateral, oneroso y de tracto sucesivo, debiéndose tomar al contrato con la frase "tu negocio es mi negocio", buscando que el clausulado sea justo, uniforme y que se busquen estándares de operación y beneficios para ambas partes.

Los beneficios para el franquiciante al adoptar este sistema son los siguientes:

- Fortalecimiento y preservación de la marca
- Baja inversión de capital
- Mayor eficiencia
- Desarrollo de mercado
- Atractivo del negocio
- Regalías
- Ingresos como recuperación inmediata

Desventajas

- Sociedades con los franquiciatarios
- Control y gerencia en manos de otros
- Se comparte la rentabilidad y utilidad

- Flujo de caja sujeto al pago oportuno de los franquiciatarios

Los beneficios para el franquiciatario son los siguientes:

- Reducción del riesgo al poner en operación un negocio
- Facilidad para inicio de operaciones
- Manual de operación
- Desarrollo e investigación de nuevos productos
- Técnicas de mercadotecnia y ventas
- Capacitación, supervisión y consultoría continua
- Asistencia en el funcionamiento

Desventajas para el Franquiciatario:

- Poca independencia
- Reputación
- Precios de los servicios
- EL trabajo personal
- Riesgos asociados con el franquiciante
- Monitoreo de los servicios
- Disciplina
- Inflexibilidad
- La venta del negocio

Considerando que las metas son dominar el mercado, así como incursionar en el exterior con base en la habilidad para elevar la eficiencia de las empresas y aprovechar las economías de escala; el contrato de franquicia debe ser elaborado de tal forma que el franquiciante tenga opciones disponibles que le permitan incrementar su participación del mercado y obtener la posición del dominio debiendo contener el contrato además de los elementos señalados con anterioridad:

Regalías de publicidad adecuadas con opción de incrementar en el futuro.

Desarrollo de un verdadero sistema de soporte y compromiso de trabajo con los franquiciatarios como socios en el negocio.

Retroaliminetación de los franquiciatarios en el proceso de planeación, y las decisiones que afecten la operación a largo plazo del negocio y la obtención de clientes.

3.2.- Clasificación.

a) Mercantil.

Explotación de una empresa de productos o servicios o para la distribución y venta de los productos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

b) Bilateral.

Genera obligaciones para ambas partes. (artículo 1836 del Código Civil).

c) Oneroso.

Se estipulan provechos y gravámenes recíprocos. (artículo 1837 del Código Civil).

d) De colaboración.

Conforme a la clasificación de los contratos mercantiles "en los que una parte coopera con su actividad al mejor desarrollo de la actividad económica (empresa) de la otra"³⁹.

e) Formal.

Es por escrito y debe inscribirse ante el Instituto de Propiedad Industrial, para producir efectos en perjuicio de terceros (Artículo 136 de la LFyPPI.)

f) De tracto Sucesivo

Las prestaciones de las partes se ejecutan dentro de un plazo determinado.

g) Intuiti Personae

Se celebra en base a las características personales sobre la base de la confianza.

h) Atípico.

No se encuentra regulado por la legislación mexicana, sino que se rigen por las reglas generales de los contratos, por las estipulaciones de las partes y en las que fueran omisas, por las disposiciones del contrato con el que tenga mas analogía de los reglamentos

La LFyPPI, sólo regula el contrato de franquicia desde el aspecto o caracter administrativo y registral.

i) De adhesión

No hay tratos preliminares de las partes, si no que una de ellas elabora unilateralmente las condiciones del contrato y la otra solo tiene las posibilidades de aceptarlas si quiere celebrar el contrato o no⁴⁰.

3.3.- Diferencias con otros contratos

Este contrato puede asemejarse a otros, como la concesión administrativa, la distribución, la agencia, la comisión y la licencia de marca.

³⁹ Broseta Pant, Manuel, Manual de Derecho Mercantil, de. Tecnos, 1a. De. Madrid, 1987, P.392.

⁴⁰ Sanchez Medal, Ramón, De los Contratos Civiles, Teoria genreal del Contrato de. Edi. Porrúa, 1988.



1) La franquicia y la concesión administrativa

Es un acto administrativo discrecional, por medio del cual la Administración Pública Federal confiere a una persona una condición o poder jurídico para ejercer ciertas prerrogativas públicas con determinadas obligaciones y derechos para explotación de un servicio público de bienes de estado o privilegios exclusivos que comprenda la propiedad industrial⁴¹

En la franquicia se otorga la explotación de una empresa que involucra el uso de una marca o nombre comercial y la transferencia de tecnología en sus dos variantes conocimiento técnico y asistencia técnica de un particular a otro, plasmado en un contrato privado.

La concesión administrativa involucra la prestación de un servicio público. El estado de reserva la facultad de dar por terminada la concesión y retirarla en el momento que lo considere, incluso en el propio estado cuando lo determine puede realizar la explotación de la concesión.

La franquicia esta sujeta a la voluntad manifestada por las partes de los términos pactados.

⁴¹ Serra Rojas, Andres, Derecho administrativo, Edt. Parrúa, S.A., México, 1988, p. 281.

En ambas figuras se encuentran similitudes en cuanto al privilegio otorgado al franquiciatario y el derecho para explotar cierta actividad o la prestación de un servicio publico por el estado o el franquiciante según lo concidere el estado.

2) La franquicia y la distribución .

El contrato de distribución es aquel que al que al distribuidor lo obliga a adquirir, comercializar y revender a nombre y por cuenta propia los productos del fabricante o productor en los términos y condiciones de reventa que este señale, también puede imponer obligaciones sobre las organizaciones del negocio.⁴²

En este contrato; el distribuidor revenderá los productos adquiridos sin afectar la naturaleza física del producto en lo mas mínimo. Caso contrario las franquicias cuyo derecho a explotar la misma implica, la venta de un producto o la prestación de un servicio que el franquiciatario en ocasiones elabora, produce y luego vende con la marca del franquiciante.

3) La franquicia y la agencia.

El agente de comercio es la persona física o moral que de modo independiente, se encarga de fomentar los negocios de uno o varios comerciantes.⁴³

⁴² Arce Gargollo, Javier, El Contrato de Franquicia, Ed Nueva Imegen. P. 36

⁴³ Mantilla Molina, Roberto, Derecho Mercantil, Parrúa, México 1993, p. 167.

La independencia del agente de comercio significa que es le mismo y no alguno de los comerciantes a cuyo favor ejerce sus funciones, quien determina el modo, lugar el tiempo de realizar su actividad. El agente esta en libertad de consagrarse a otras actividades y servir como agente a diversos comerciantes .

El franquiciatario no tiene esa independencia ya que comercializa los productos o servicios bajo la política diseñada por el franquiciante y no puede salirse de dichos lineamientos.

El artículo 285 del Código de Comercio establece que los agentes de comercio son trabajadores de la empresa a la que presten servicios.

El contrato de Franquicia se diferencia del contrato de agencia en el sentido que el franquiciatario opera como lo haría un agente del franquiciante; hay una objeción el primero de ellos no actúa en nombre o por cuenta del licenciente, como si ocurre en el caso del agente.⁴⁴

4) La Franquicia y la comisión mercantil.

La comisión es un contrato por el cual una parte encarga a la otra, la conclusión de uno o mas negocios por su cuenta de naturaleza mercantil.⁴⁵

Los efectos de los actos que realice el franquiciatario no recaerá sobre el patrimonio del franquiciante.

5)La franquicia y la Licencia de marca

En la franquicia la licencia para el uso y explotación de una marca no es mas que uno de los objetos del acuerdo. En la Franquicia además de otorgar al franquiciante la licencia para el uso y la explotación no exclusiva de su marca o nombre comercial, transmite al franquiciatario sus conocimientos que permiten a este último llevar acabo la adecuada operación del negocio.

En la franquicia el franquiciante concede el uso de su marca como elemento distintivo de un sistema que comprende controles administrativos técnicos y financieros, fórmulas, recetas, patentes, etc.

⁴⁴ Díaz Bravo, Aarturo, Contratos Mercantiles 4a de. México, 1999, p. 216.

⁴⁵ Vazquez del Mercado, Contrato Mercantil, Parrúa, México, 5a. De. 1994, p.166.

La franquicia no encuentra una reglamentación propia en esta, a pesar de que es un sector que genera grandes utilidades y beneficios para el país, al generar fuentes de empleos, tecnología de punta y generación de capacidad empresarial.

CAPÍTULO IV
OPERACIÓN ACTUAL DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES EN EL
DISTRITO FEDERAL Y PROPUESTA DE MODIFICACION A LA LEY.

Para estar en posibilidad de desarrollar este capítulo es necesario retomar el párrafo segundo del artículo 142 de la LFyPPI, en virtud de que se trata de una disposición trascendente para el mercado de la franquicia ; dicho párrafo establece *"Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretenda conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa. . ."*

Lo anterior contribuirá a que exista mayor transparencia y seguridad en el otorgamiento de franquicias.

Por lo que antes de iniciar cualquier trámite se debe proporcionar la información técnica, económica y financiera tal y como lo menciona el artículo 65 del Reglamento de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, al indicar que se debe dar:

- 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 industrial que involucra la franquicia.
- V.- Montos y conceptos de los pagos que el franquiciatario debe cubrir al franquiciante.
- VI.- Tipo de asistencia técnica y servicios que el franquiciante debe proporcionar al franquiciatario.
- VII.- Definición de la zona territorial de operación de la negociación que explote la franquicia.
- VIII.- Derecho del franquiciatario a conceder o no subfranquiciar a terceros y , en su caso, los requisitos que deba cubrir al hacerlo.
- IX.- Obligaciones del franquiciatario respecto de la información de tipo confidencial que se le proporcione al franquiciante.
- X.- En general, las obligaciones y derechos que deriven de la celebración del contrato de franquicia.

Una vez que el franquiciatario reconoce la información técnica, económica y financiera, además de convencerse de las ventajas de invertir en una determinada franquicia debe verificar los siguientes puntos antes de celebrar el contrato respectivo:

- El legal establecimiento de una empresa franquiciante en el país de origen mediante la exhibición de la documentación que acredite la constitución de la

sociedad e inscripción en los registros de comercio correspondientes, así como historial de la empresa los últimos 5 años.

Para el caso de que el franquiciante esté establecido en la República Mexicana deberá requerirse además:

- Acta constitutiva de la empresa con poderes notariales para las personas que tienen facultades para realizar actos de dominio y administración; debidamente inscritos en el Registro Público de la Propiedad y Comercio con las autorizaciones de la Secretaría de Relaciones Exteriores y Gobernación para el caso de que las sociedades de origen extranjero con participación de algún socio.
- Original del Registro Federal de contribuyentes donde se señale el domicilio fiscal de la franquicia, comúnmente denominado R1.
- Registro de la franquicia en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Después de que el franquiciatario ha verificado la documentación señalada podrá proceder a la elaboración del contrato correspondiente con el franquiciante procurando que contenga todos los requisitos señalados en los párrafos anteriores, con derechos y obligaciones equitativas para los contratantes.

Una vez celebrado el contrato base de la acción, este deberá ser registrado e inscrito conforme lo establezcan los artículo 5o. Y 10o. Del Reglamento de la Ley

de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, la cual podrá ser presentada por cualquiera de las partes en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial para su registro correspondiente.

El Instituto una vez reunidos los requisitos que marca la ley y su reglamento, procederá a emitir el registro de la franquicia o sucursal que corresponda, la cual generará efectos contra terceros.

Después de realizados estos trámites ya sea el franquiciante como el franquiciatario, de acuerdo con lo señalado por el contrato deberán emprender a obtener las licencias y permisos correspondientes para el legal funcionamiento del establecimiento, que en el caso del presente trabajo se abocará en los requisitos y trámites ante las diversas autoridades del Distrito Federal y con posterioridad en específico en la Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal vigente.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1.1.- Requisitos, operación y establecimiento de un establecimiento mercantil en el Distrito Federal

Los principales trámites a obtener son los siguientes:

- **Alta de Hacienda como establecimiento comercial de servicio**, el cual se tramita ante la Secretaria de Hacienda en alguna de las oficinas rectoras, (R1).
- **Licencia de funcionamiento o declaración de apertura**, esto dependerá del giro que se pretende para dicho establecimiento, del cual se analizará mas ampliamente.

- **Licencia sanitaria o aviso de apertura sanitario**, este trámite se realiza ante la Secretaria de Salud ante la jurisdicción sanitaria que corresponda, en el caso del Distrito Federal, existen las oficinas de la Comisión contra la Previsión de Riesgos Sanitarios en las cuales se da aviso de la apertura de cualquier tipo de establecimiento, a excepción de las farmacias, consultorios o hospitales que tiene que solicitar su licencia sanitaria, en los casos en que se expandan o manejen productos psicotropicos, misma que autoriza el manejo y venta de estos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.2.- Licencias para giros de Impacto vecinal y de impacto zonal

Una vez obtenido los requisitos anteriores se deberá empezar a tramitar la licencia de funcionamiento o declaración de apertura, las cuales se tramitan, en el caso del Distrito Federal, ante la delegación política correspondiente al domicilio donde se pretenda colocar la franquicia, presentando la documentación de acuerdo al tipo de giro que se pretende establecer, por lo que empezaremos por analizar los diversos tipos de giros que maneja la Ley de Establecimientos Mercantiles el Distrito Federal (LEMDF) empezando por las licencias de Impacto vecinal y de impacto zonal, los cuales se mencionan en los artículos 19, 20 y 24 del Título Tercero, Capítulos I, II y III, así como su definición lo cual se establece en el Artículo 2 fracciones XI y XII los cuales señalan lo siguiente:

Artículo 2.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

I. ...

II. ...

XI. Giro con Impacto Vecinal: Las actividades que por sus características provocan transformaciones, alteraciones o modificaciones en la armonía de la comunidad;

XII. Giro con Impacto Zonal: Las actividades que por sus características inciden en las condiciones viales y por los niveles de ruido en la tranquilidad de las áreas cercanas;

XIII. ...

Artículo 19.- Derivado del Impacto Vecinal y del Impacto Zonal, única y exclusivamente requerirán Licencia de Funcionamiento los Establecimientos

Mercantiles que desarrollen alguno de los giros a que se refieren los artículos 20 y 24 de la Ley.

DE LAS LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO TIPO A

Artículo 20.- Son considerados de Impacto Vecinal y requerirán para su funcionamiento expedición de Licencia Tipo A los siguientes giros:

- a) Salones de Fiestas,
- b) Restaurantes,
- c) Establecimientos de Hospedaje, y
- d) Salas de Cine, Teatros y Auditorios.

Los Establecimientos Mercantiles señalados en los incisos anteriores, además de lo señalado en la Ley, podrán realizar eventos o actividades culturales.

Artículo 24.- Son considerados de Impacto Zonal y requerirán para su funcionamiento la expedición de Licencia Tipo B los siguientes giros:

- a) Cervecería,
- b) Pulquería,
- c) Bares,
- d) Cantinas,
- e) Discotecas,
- f) Salones de Baile,
- g) Peñas,
- h) Salas de Cine con venta de bebidas alcohólicas, y
- i) Cabarets.

Los giros señalados en los incisos a) y b) podrán prestar los servicios de venta de bebidas alcohólicas específicas de su giro, para el consumo en su interior, alimentos preparados, música viva y música grabada.

Los demás giros señalados en este artículo, podrán prestar los servicios de venta de bebidas alcohólicas para el consumo en su interior, alimentos preparados, música viva, eventos culturales, manifestaciones artísticas de carácter escénico, cinematográfico, literario o debate,

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

música grabada, música videograbada, espacio para bailar o espectáculos.

Queda prohibida la entrada a menores de edad a todos los Establecimientos Mercantiles a que se refiere este capítulo con la excepción del inciso e) cuando se celebren tardeadas en cuyo caso no se podrán vender ni distribuir bebidas alcohólicas.

En el Establecimiento Mercantil cuyo giro se encuentre dentro de los que requieran Licencia de Funcionamiento Tipo B, se podrá ofrecer al público, sin necesidad de tramitar una nueva Licencia o Declaración de Apertura, el servicio o alquiler de juegos de salón, de mesa y billares.

Como se puede apreciar, y aunque el artículo 19 habla de impacto vecinal y de impacto zonal, la ley únicamente generaliza respecto del giro y tipo de licencia que se debe tramitar, sin que efectivamente exista diferenciación de la zona en que se ubica el negocio que se pretende establecer; es decir que si un giro comercial, sea cual fuere, por el hecho de estar contemplado dentro de los supuestos de los artículos 20 y 24, de la LEMDF por este simple hecho, es necesario que tramite licencia de funcionamiento aunque el mismo se encuentre dentro de un centro comercial, que no afectaría el entorno vecinal o zonal, ya que como actualmente sucede hay centros comerciales que cuentan con una diversidad de giros comerciales.

Es por tal razón que en el caso de las franquicias, que son negocios probados y que en general traen beneficios para la sociedad, no se contempla ninguna simplificación para la obtención de una licencia de funcionamiento como es el

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

caso de los restaurantes de diversas cadenas que por este sólo hecho es necesario que tramite una licencia de funcionamiento, lo cual implica una serie de requisitos y documentos que en ocasiones no son factibles de cumplir, como más adelante se expone.

1.- Licencias de funcionamiento tipo A.

Dentro del Capítulo V de la LEMDF, establece los requisitos para obtener licencias de funcionamiento, del cual a continuación se transcribe, con el fin de comentar cada uno de ellos:

CAPÍTULO V DE LOS REQUISITOS PARA OBTENER LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO

Artículo 25.- Para la obtención de Licencias de Funcionamiento, los interesados deberán presentar ante la Ventanilla Única o la de Gestión, la solicitud correspondiente con los siguientes datos y documentos:

I. Nombre comercial o denominación social del Establecimiento Mercantil, domicilio para oír o recibir notificaciones, registro federal de contribuyentes y nacionalidad;

II. Si el solicitante es extranjero deberá presentar la Autorización expedida por parte de la Secretaría de Gobernación, en la cual se le permita llevar a cabo la actividad de que se trate;

III. Si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, copia de una identificación oficial vigente con fotografía; así como copia certificada de la escritura constitutiva debidamente registrada o con registro en trámite;

IV. Ubicación y superficie del local donde pretende establecerse el giro mercantil;

V. Giro mercantil que se pretende ejercer;

VI. Certificado de zonificación para uso específico, o certificado de zonificación para usos del suelo permitidos, o certificado de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos, en su caso, con el que acredite que el giro mercantil que

pretende operar esta permitido en el lugar de que se trate. El uso del suelo que se deberá acreditar es el correspondiente al giro principal, de conformidad con la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal y sus disposiciones reglamentarias;

VII. Visto bueno de seguridad y operación expedido por un Director Responsable de Obra en los casos de edificaciones construidas con anterioridad a agosto de 1993; o la Autorización de ocupación otorgada por la Delegación correspondiente, en los demás casos;

VIII. Documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso los Programas Delegacionales o Parciales de Desarrollo Urbano y el Reglamento de Construcciones;

IX. Presentar un estudio de impacto ambiental o riesgo, expedido por la autoridad competente cuando sea necesaria su presentación de conformidad con lo establecido por la Ley Ambiental y los demás ordenamiento jurídicos aplicables;

X. Para la expedición de Licencia de Funcionamiento Tipo B la Demarcación Territorial a través de notificación, dará vista al Comité Vecinal y demás vecinos interesados de la unidad territorial correspondiente dentro de los tres días hábiles siguientes en que recibió la solicitud, misma que deberá ser atendida y desahogada dentro de los quince días hábiles siguientes a aquél en que se haya notificado. La notificación y el desahogo se hará a través de los mecanismos establecidos en el Reglamento de esta Ley, los cuales no podrán ser excluyentes ni limitativos, y.

XI. Cuando se trate de la solicitud de Licencia Tipo B para Cabaret, la Delegación deberá realizar una consulta vecinal en la unidad territorial, observándose el procedimiento que establece la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal; para efectos de esta fracción; los resultados de la consulta vecinal tendrán carácter vinculatorio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como se puede apreciar, son varios los requisitos para solicitar una licencia de funcionamiento, de los cuales los contemplados en las fracciones de la I a la V, no tienen problema, ya que son datos generales del negocio, así como documentos que cualquier persona física o moral pueden cubrir; sin embargo, apartir de la fracción VI se establecen requisitos que en algunas ocasiones complican el trámite para la obtención de una licencia de funcionamiento, por lo que como ya se ha dicho comenzaremos a analizar uno a uno.

En relación al inciso VI. Certificado de zonificación para uso específico, o certificado de zonificación para usos del suelo permitidos, o certificado de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos, en su caso, con el que acredite que el giro mercantil que pretende operar esta permitido en el lugar de que se trate. El uso del suelo que se deberá acreditar es el correspondiente al giro principal, de conformidad con la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal y sus disposiciones reglamentarias.

En este sentido, si bien el trámite que se debe realizar para obtener por parte de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI) este documento es sencillo, y el tiempo para tramitarlo es corto (ocho días hábiles), el hecho de realizarlo no garantiza que el mismo se expida con la autorización respectiva para cualquier tipo de giro, ya que el permitir en cierto tipo de áreas y giros esta supeditado a los planes de desarrollo urbano de cada zona del Distrito Federal, por tal razón éste sería un primer obstáculo para poder abrir una franquicia; sin

embargo, tal vez sería uno de los requisitos que no se podrían omitir para la solicitud de una licencia ya que en caso de no solicitar el mismo podría dar pauta a que el comercio se estableciera de forma desmedida y sin control.

Continuando con este punto nos encontramos con un obstáculo en el caso de restaurantes que no pretendan vender bebidas alcohólicas (como es el caso de muchos tipos de franquicias ejemplo Mc Donal's), existe una complicación, ya que el criterio que se aplica en ciertas delegaciones del Distrito Federal no es uniforme ya que en algunas el sólo hecho de que el Uso de Suelo se expida como Restaurante, es factor para que se soliciten todos los requisitos para obtención de una licencia, por lo menos tipo A, ya que el párrafo segundo del artículo 22 de la Ley de Establecimientos Mercantiles, establece que los negocios que opten como giro único la venta de **alimentos preparados**, no requerirán para operar de la tramitación de la Licencia de Funcionamiento, debiendo presentar Declaración de Apertura correspondiente.

Lo cual nos trae como consecuencia que se tenga que obtener un Uso de Suelo con el giro de Alimentos Preparados el cual no existe dentro de los giros que se expiden autorizados por parte de Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del Distrito Federal (SEDUVI), teniendo como consecuencia que en el caso de cierto tipo de franquicias se ven forzadas a tramitar una licencia de funcionamiento, aunque su fin no sea el de vender bebidas con contenido alcohólico, tal el caso de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

la mayoría de las franquicias de venta de comida rápida, en las cuales por lo regular no se venden bebidas con contenido alcohólico.

En algunos casos las autoridades delegacionales únicamente solicitan el Uso de Suelo de restaurante y una carta en la cual se establezca bajo protesta de decir verdad que no se venderán bebidas con contenido alcohólico, situación que se torna practica y que podría manejarse como una modificación a la fracción del artículo en comento.

Por lo que se refiere a la fracción VII, referente a Visto Bueno de Seguridad y Operación expedido por un Director Responsable de Obra, establece la distinción en el tipo y antigüedad de la construcción donde se pretende abrir un negocio siendo ésta el de edificaciones construidas con anterioridad a agosto de 1993; en este caso el requisito es un Visto Bueno de Seguridad y Operación, mismo que es autorizado por un perito con registro por parte del Gobierno del Distrito Federal, siendo éste el único profesionista que puede expedir este Visto Bueno, lo que genera un costo para la empresa o persona que pretende abrir una franquicia,.

Este documento es expedido una vez que el inmueble cumple con diversos requisitos como son: Licencia de construcción, uso de suelo, mecanismos de emergencia, verificación a la construcción y planos de la misma, etc., requisitos que se repiten al solicitar ante la delegación la autorización del programa Interno de Protección Civil, ya que la autoridad para poder otorgar este programa pide un

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

sin número de requisitos entre ellos el Visto Bueno de Seguridad y Operación, duplicando, como ya se ha dicho, los documentos que tiene que reunir cualquier persona si desea cumplir con toda la reglamentación que establece el gobierno del Distrito Federal.

Esta situación considero podría evitarse al momento de pretender abrir una franquicia, ya que éstas cuentan son muy similares entre si ya que cuentan con un plano general y que se aplica a cada negocio el cual es muy similar y que éste cumple con este tipo de normatividad, por tal motivo en el caso de que una franquicia pretenda abrir un negocio, considero se debería tomar en cuenta que ésta tiene la experiencia necesaria para cumplir con todos y cada uno de ellos.

También la fracción VII, del artículo 25 de la ley en comento, habla de que en caso de edificaciones posteriores a agosto de 1993, requieren de la autorización de ocupación otorgada por la delegación correspondiente, en este caso dicho documento no es del todo correcto ya que, se pudo haber otorgado una autorización de ocupación hace cinco años y si el fin de la autoridad es que el inmueble cumpla con ciertos requisitos de seguridad este documento no lo garantizaría, por tal razón pienso de deberá eliminar dos de los requisitos contemplados por la ley y solamente dejar uno, y con esto evitar confusiones con los inversionista que pretender establecer una franquicia.

En relación a la fracción número VIII, en la cual se establece como requisito el presentar un documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso los Programas Delegacionales o Parciales de Desarrollo Urbano y el Reglamento de Construcciones. Como se puede apreciar, de inicio esta fracción es del todo ambigua, ya que no especifica que tipo de documento se debe presentar, al dejarlo tan vago, esté puede ser un obstáculo para quien pretenda instalar un negocio, puede prestarse a la discrecionalidad de los funcionarios de las delegaciones la forma en que se acredite tal número de cajones, dando pauta a corrupción, por tal motivo se deberá establecer en forma clara con que documento o documentos se puede cubrir este requisito.

Otro problema se presenta es el número de cajones que se requiere según el tipo de giro, el Reglamento de Construcciones del Distrito Federal, establece las fórmulas para calcular el número de cajones necesarios según el número de metros de construcción, como ejemplo cuando se trata de un restaurante sin venta de bebidas alcohólicas el requisito es de 7.5 por metro cuadrado de construcción y en el caso de que se vendan bebidas con contenido alcohólico, el requisito es el doble, 15 cajones por cada metro de construcción, situación que carece de todo sustento ya que no se señala el por qué de este aumento desproporcional de cajones de estacionamiento. Aunado a éste existen planos delegacionales que en ciertas vías aumenta hasta un 30 % la demanda de

cajones lo cual en esta ciudad se convierte en prohibitivo ya que no se cumpliría en muchos casos con el número de cajones necesarios.

Con relación a el requisito establecido en la fracción número IX, la cual señala que se deberá *"Presentar un estudio de impacto ambiental o riesgo, expedido por la autoridad competente cuando sea necesaria su presentación de conformidad con lo establecido por la Ley Ambiental y los demás ordenamiento jurídicos aplicables"*, esta fracción convierte el trámite de obtención de una licencia en un costoso ir y venir, ya que el sólo estudio de impacto ambiental requiere el contratar a diversos profesionistas para obtenerlo así como estar a la espera de dicho estudio ya que la autoridad ecológica del Distrito Federal tarda de 30 a 40 días hábiles para la expedición del mismo.

Al respecto, es necesario aclarar que la legislación ambiental es la directamente competente para aclarar los casos en que habrá de practicarse estudio de impacto ambiental, para lo cual, la Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA) señala en su sección V, del apartado correspondiente a la Evaluación de Impacto Ambiental, artículo 28, los casos en que habrá de practicarse dicho estudio: "... requerirán previamente la autorización en materia de impacto ambiental de la Secretaría:

"La evaluación del impacto ambiental es el procedimiento a través del cual la secretaria establece las condiciones a que se sujetara la

realización de obras y actividades que puedan causar desequilibrio ecológico o rebasar los límites y condiciones establecidos en las disposiciones aplicables para proteger el ambiente y preservar y restaurar los ecosistemas, a fin de evitar o reducir al mínimo sus efectos negativos sobre el ambiente. para ello, en los casos que determine el reglamento que al efecto se expida, quienes pretendan llevar a cabo alguna de las siguientes obras o actividades, requerirán previamente la autorización en materia de impacto ambiental de la Secretaría:

I.- obras hidráulicas, vías generales de comunicación, oleoductos, gasoductos, carbo ductos y poliductos;

II.- industria del petróleo, petroquímica, química, siderúrgica, papelera, azucarera, del cemento y eléctrica;

III.- exploración, explotación y beneficio de minerales y sustancias reservadas a la federación en los términos de las leyes minera y reglamentaria del artículo 27 constitucional en materia nuclear;

IV.- instalaciones de tratamiento, confinamiento o eliminación de residuos peligrosos, así como residuos radiactivos;

V.- aprovechamiento forestales en selvas tropicales y especies de difícil regeneración;

VI.- plantaciones forestales;

VII.- cambios de uso del suelo de áreas forestales, así como en selvas y zonas áridas;

VIII.- parques industriales donde se prevea la realización de actividades altamente riesgosas;

IX.- desarrollos inmobiliarios que afecten los ecosistemas costeros;

X.- obras y actividades en humedales, manglares, lagunas, ríos, lagos y esteros conectados con el mar, así como en sus litorales o zonas federales;

XI.- obras en áreas naturales protegidas de competencia de la federación;

XII.- actividades pesqueras, acuicolas o agropecuarias que puedan poner en peligro la preservación de una o más especies o causar daños a los ecosistemas, y

XIII.- obras o actividades que correspondan a asuntos de competencia federal, que puedan causar desequilibrios ecológicos graves e irreparables, daños a la salud pública o a los ecosistemas, o rebasar los límites y condiciones establecidos en las disposiciones jurídicas relativas a la preservación del equilibrio ecológico y la protección del ambiente.

El reglamento de la ley antes mencionada determinará las obras o actividades a que se refiere este artículo, que por su ubicación, dimensiones, características o alcances no produzcan impactos ambientales significativos, no causen o puedan causar desequilibrios ecológicos, ni rebasen los límites y condiciones establecidos en las disposiciones jurídicas referidas a la preservación del equilibrio ecológico y la protección al ambiente, y que por lo tanto no deban sujetarse al procedimiento de evaluación de impacto ambiental previsto en este ordenamiento.

Para los efectos a que se refiere la fracción XIII del artículo mencionado, "la Secretaria notificará a los interesados su determinación para que sometan al procedimiento de evaluación de impacto ambiental la obra o actividad que corresponda, explicando las razones que lo justifiquen, con el propósito de que aquellos presenten los informes, dictámenes y consideraciones que juzguen convenientes, en un plazo no mayor a diez días. Una vez recibida la documentación de los interesados, la secretaria, en un plazo no mayor a treinta días, les comunicará si procede o no la presentación de una manifestación de impacto ambiental, así como la modalidad y el plazo para

hacerlo. transcurrido el plazo señalado, sin que la secretaria emita la comunicación correspondiente, se entenderá que no es necesaria la presentación de una manifestación de impacto ambiental."

Como se puede apreciar, se tiene que llevar un procedimiento bastante largo con el fin de que se obtenga al final, una respuesta de que no es necesario presentar una manifestación de impacto ambiental, ya que los giros que mayormente manejan las franquicias no están obligados a este requisito, a excepción de las franquicias de gasolineras.

A mayor profundidad, se procederá a analizar la ley local en materia ecología que tampoco, a excepción de las gasolineras, señala la obligación de ningún dictamen de impacto ambiental para los giros que generalmente manejan las franquicias.

Por su parte, de manera paralela, la Ley Ambiental del Distrito Federal, escribe claramente en su Capítulo VI (Evaluación del Impacto Ambiental) todos y cada unos de los supuestos que exige para efectuar su procedimiento, mismo que consta en artículo 46, el cual a la letra indica que:

Artículo 46.- Las personas físicas o morales interesada en la realización de obras o actividades que impliquen o puedan implicar afectación del medio ambiente o generación de riesgos requieren autorización de impacto ambiental y, en su caso, de riesgo previo a la realización de las mismas. Las obras y actividades

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que requieren autorización por encontrarse en el supuesto anterior, son las siguientes:

I. Los programas que en general promuevan cambios de uso en el suelo de conservación o actividades económicas o prevean el aprovechamiento de los recursos naturales del Distrito Federal;

II. Obras y actividades, o las solicitudes de cambio de uso del suelo que en los casos procedentes, pretendan realizarse en suelos de conservación;

III. Obras y actividades que pretendan realizarse en áreas naturales protegidas de competencia del Distrito Federal;

IV. Obras y actividades dentro de suelo urbano en los siguientes casos:

a) Las que colinden con áreas naturales protegidas o suelos de conservación y con vegetación de cuerpos de aguas,

b) Nuevas actividades u obras de infraestructura, servicios o comerciales o sus ampliaciones, cuyos procesos requieran de medidas, sistemas o equipos especiales para no afectar los recursos naturales o para cumplir con las normas ambientales para el Distrito Federal; y

c) Obras, actividades o cambios de uso de suelo que se pretendan realizar en predios con cobertura forestal significativa o cuerpos de agua competencia del Distrito Federal.

V. Obras y actividades para la explotación de minas y yacimientos de arena, cantera, tepetate, piedra, arcilla, y en general cualquier yacimiento pétreo;

VI. Obras y actividades que afecten la vegetación y los suelos de escurrimientos superficiales, barrancas, cauces, canales y cuerpos de agua del Distrito Federal, y en general cualquier obra o actividad para la explotación de la capa vegetal;

VII .Las obras y actividades que se establezcan en el programa de ordenamiento ecológico del territorio;

VIII. Las obras y actividades de carácter público o privado, destinadas a la prestación de un servicio público;

IX. Vías de comunicación de competencia del Distrito Federal;

X. Zonas y parques industriales y centrales de abasto y comerciales;

XI. Conjuntos habitacionales;

XII. Actividades consideradas riesgosas en los términos de esta Ley;

XIII. Las instalaciones para el manejo de residuos sólidos e industriales no peligrosos, en los términos del Título Quinto, Capítulo V de esta Ley;

XIV. Aquellas obras y actividades que estando reservadas a la Federación, se descentralicen a favor del Distrito Federal;

XV. Aquellas obras y actividades que no estando expresamente reservadas a la Federación en los términos de la Ley General, causen o puedan causar desequilibrios ecológicos, rebasen los límites y condiciones establecidos en las disposiciones jurídicas referidas a la conservación del equilibrio ecológico y la protección al ambiente;

XVI. Obras de más de 10 mil metros cuadrados de construcción u obras nuevas en predios de más de cinco mil metros cuadrados para uso distinto al habitacional, para obras distintas a las mencionadas anteriormente, para la relotificación de predios y ampliaciones de construcciones que en su conjunto rebasen los parámetros señalados; y

XVII. Construcción de estaciones de gas y gasolina.

El reglamento de la presente Ley y, en su caso, los acuerdos administrativos correspondientes precisarán, respecto del listado anterior, los casos y modalidades para la presentación de las manifestaciones de impacto ambiental y riesgo."

Con lo anterior, se puede apreciar la inaplicabilidad de la exhibición de una Manifestación de Impacto Ambiental como requisito para tramitar una licencia de funcionamiento o declaración de apertura, en virtud de que la ley de la materia no contempla de manera expresa los supuestos en los cuales se hallan enunciados todos y cada uno de los casos en los que habrá de exhibirse o no el estudio ambiental correspondiente, cito cada uno de los artículos que expresamente indican los supuestos en que sí habrá de practicarse dicho estudio de Impacto Ambiental.

A lo anterior, muchos giros que generalmente manejan las franquicias (restaurantes, farmacias, mueblerías, tiendas de ropa y calzado, consultorios médicos, etc.) no se hayan enunciados (ni siquiera por analogía) en los artículos citados anteriormente por las respectivas leyes ambientales de ámbito de competencia territorial local y Federal, hago hincapié en la nula aplicación de criterio alguno que sustente el hecho de que alguno de estos giros que manejan las franquicias requiera exhibir Manifestación alguna de Impacto Ambiental, pues la propia ley le excluye de cumplir con requisito similar, por lo tanto, cumpliendo con los supuestos lógicos y jurídicos, puede concluirse que la gran mayoría de las franquicias no implica riesgo nocivo alguno al medio ambiente, por lo que no requiere de Manifestación alguna de Impacto Ambiental.

Por tal razón es necesario se modifique la Ley en su artículo 25, Fracción IX, ya que es del todo inoperante tal y como se ha podido apreciar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.4.- Licencias de Funcionamiento tipo B

Para el caso de que una persona desee emprender un negocio de los considerados por esta ley de impacto zonal (Cervecerías, Pulquerías, Cantinas, Discotecas, Salones de baile, peñas, salas de cine con venta de bebidas alcohólicas y cabarets) es necesario obtener una licencia del tipo B, mismos que deberán además de los requisitos de las solicitudes de las licencias tipo A el siguiente:

El marcado en la fracción numero X de la Ley, que señala que "Para la expedición de Licencia de Funcionamiento Tipo B la Demarcación Territorial a través de notificación, dará vista al Comité Vecinal y demás vecinos interesados de la unidad territorial correspondiente dentro de los tres días hábiles siguientes en que recibió la solicitud, misma que deberá ser atendida y desahogada dentro de los quince días hábiles siguientes a aquél en que se haya notificado. La notificación y el desahogo se hará a través de los mecanismos establecidos en el Reglamento de esta Ley, los cuales no podrán ser excluyentes ni limitativos.

Esta fracción es inoperante ya que a la fecha no se ha expedido un Reglamento para la Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal, por tal razón hasta en tanto no se publique dicho reglamento no se puede tener una opinión objetiva de tal requisito; sin embargo, según se puede apreciar esta fracción viola las garantías individuales de la persona que pretenda obtener una licencia tipo B,

ya que dentro de este procedimiento al parecer no se da oportunidad al solicitante de participar, ya que sólo habla de un procedimiento que se presentará por parte de una unidad territorial y un comité vecinal, lo que en caso de que no sea aprobado por dicho comité la apertura de un establecimiento, al no participar la persona que pretende instalarlo viola con ello su garantía de audiencia.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.5.- Declaración de Apertura

Con relación a este punto es necesario conocer las generalidades y requisitos que marca la ley para después analizarlos uno a uno, por lo que en cuanto a las declaraciones de apertura la ley señala lo siguiente:

TÍTULO CUARTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES QUE REQUIEREN DE DECLARACION DE APERTURA

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 38.- Los Establecimientos Mercantiles cuyas actividades no estén consideradas dentro de los giros que requieren Licencia de Funcionamiento, están obligados a presentar su aviso de Declaración de Apertura para que se les registre.

Artículo 39.- Los servicios de hospedaje prestados por hospitales, clínicas médicas, asilos, conventos, internados y seminarios requerirán de la presentación de su Declaración de Apertura para desarrollar sus actividades.

Artículo 40.- Los Centros de Educación de carácter privado como son las escuelas de educación preescolar, jardín de niños, básica, bachilleratos, escuelas técnicas e Instituciones de Educación Superior, requerirán de la presentación de su Declaración de Apertura para desarrollar sus actividades.

Los titulares deberán vigilar que en ningún caso se permita, tolere o provoque la aglomeración de personas o vehículos en las entradas, salidas y en las vialidades por las que se tenga acceso al Centro de Educación que pongan en riesgo la seguridad de los usuarios, peatones y transeúntes o que dificulten el tránsito de personas o vehículos.

Artículo 41.- La prestación del servicio de reparaciones mecánicas, hojalatería, pintura, eléctricas, electromecánicas, de lavado y/o engrasado, vestiduras, instalación de alarmas y/o accesorios similares de vehículos automotores requerirán de la presentación de su Declaración de Apertura para desarrollar sus actividades.

Artículo 42.- En los Establecimientos Mercantiles donde se presten los servicios a los que se refiere el artículo anterior, deberán:

I. Contar con áreas para la ubicación de herramientas y refacciones, así como para almacenar gasolina, aguarrás, pintura, thinner, grasa y demás líquidos o sustancias que se utilicen en la prestación de los servicios;

II. Abstenerse de arrojar los residuos sólidos y líquidos en las alcantarillas, sujetándose a las disposiciones que para el tratamiento de dichas sustancias señalen las autoridades competentes;

III. Las áreas de reparación deberán estar separadas unas de otras, para que los diferentes servicios se presten en lugares determinados; y

IV. Contratar un seguro contra robo y daños a terceros, que cubra cualquier daño que se pudiera ocasionar a los vehículos dados en custodia para su reparación.

Queda expresamente prohibida la utilización de la vía pública para la prestación de los servicios a que se refiere el artículo anterior y cualquier otro relacionado con la prestación de los mismos.

CAPÍTULO II DE LA DECLARACION DE APERTURA

Artículo 43.- La Declaración de Apertura de los Establecimientos Mercantiles, se tramitará en el formato de aviso que al efecto proporcionen las Ventanillas Única o la de Gestión, y el interesado estará obligado a manifestar bajo protesta de decir verdad, los siguientes datos:

I. Nombre y/o razón social del solicitante, domicilio, registro federal de contribuyentes y nacionalidad;

II. En caso de ser extranjero, la documentación que acredite su legal estancia en el país, así como la Autorización por parte de la Secretaría de Gobernación;

III. Si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, copia de una identificación oficial vigente con fotografía y copia certificada de la escritura constitutiva debidamente registrada o con registro en trámite;

IV. Ubicación y superficie del Establecimiento Mercantil del que se avisa la Declaración de Apertura;

V. Giro mercantil del Establecimiento Mercantil;

VI. Los datos del documento por el que se ostenta la calidad jurídica de propietario o poseedor del inmueble;

VII. Denominación o nombre comercial del Establecimiento Mercantil;

VIII. Aquellos establecimientos cuya superficie sea mayor a 400 metros cuadrados, deberán contar con Visto Bueno de Seguridad y Operación expedido por un Director Responsable de Obra, en los casos de edificaciones construidas con anterioridad a agosto de 1993; o la Autorización de ocupación otorgada por la Delegación correspondiente, en los demás casos; y

IX. Documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso los programas delegacionales o parciales de desarrollo urbano y el reglamento de construcciones.

Artículo 44.- El interesado estará obligado a acompañar al formato de Declaración de Apertura como único documento para acreditar el uso de suelo permitido, según sea el caso:

I. Certificación de zonificación para uso específico; o

II. Certificación de zonificación para usos del suelo permitidos; o

III. Certificación de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos.

La Delegación no podrá requerir que se anexe documento alguno con motivo de la presentación de

la Declaración de Apertura, salvo lo señalado en este artículo y en el artículo 43.

Artículo 45.- La Declaración de Apertura se presentará ante la Delegación, a través de las Ventanillas Única o la de Gestión, la que se devolverá al interesado sellada en forma inmediata.

La Delegación podrá en todo momento verificar la validez de los datos y documentos que forman parte de la Declaración de Apertura.

Por lo que se refiere a las declaraciones de apertura los artículos 43 y 44 son contradictorios ya que el primero establece que los interesados en abrir un negocio están obligados bajo protesta de decir verdad, los siguientes datos:

I. Nombre y/o razón social del solicitante, domicilio, registro federal de contribuyentes y nacionalidad;

Por lo que respecta a este punto no existe inconveniente ya que cualquier persona física o moral puede cumplirlo.

II. En caso de ser extranjero, la documentación que acredite su legal estancia en el país, así como la Autorización por parte de la Secretaría de Gobernación;

Por lo que se refiere a esta fracción me permito señalar que en el caso de personas físicas se deberá obtener la el permiso migratorio correspondiente y en el caso de personas morales esta fracción no lo contempla ya que puede ser una

empresa extranjera la cual deberá acreditar su legal estancia en el país y esto se realiza a través de la Secretaría de Relaciones Exteriores,

III. Si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, copia de una identificación oficial vigente con fotografía y copia certificada de la escritura constitutiva debidamente registrada o con registro en trámite;

Como se estableció anteriormente esta fracción específica que documentación debe presentar una persona moral, sin embargo aún queda la duda si se tratara de una persona moral extranjera.

IV. Ubicación y superficie del Establecimiento Mercantil del que se avisa la Declaración de Apertura;

Con relación a este punto no existe comentario ya que por si solo se explica.

V. Giro mercantil del Establecimiento Mercantil;

Al respecto esta fracción también no existe comentario, ya que se trata de giros que deben de contemplarse dentro de los que deban tramitar Declaración de Apertura.



VI. Los datos del documento por el que se ostenta la calidad jurídica de propietario o poseedor del inmueble;

Con relación a este requisito es innecesaria ya que en la fracción III, se establece este requisito.

VII. Denominación o nombre comercial del Establecimiento Mercantil;

Con relación al presente punto al parecer no existe problema ya que no es competencia de las autoridades delegacionales comprobar si se cuenta con un registro de marca de nombre comercial del negocio que se pretende abrir.

VIII. Aquellos establecimientos cuya superficie sea mayor a 400 metros cuadrados, deberán contar con Visto Bueno de Seguridad y Operación expedido por un Director Responsable de Obra, en los casos de edificaciones construidas con anterioridad a agosto de 1993; o la Autorización de ocupación otorgada por la Delegación correspondiente, en los demás casos; y

Esta fracción al igual que la que obliga al mismo requisito para la obtención de licencias, es del todo contradictoria por las razones que en páginas anteriores anteriores se estableció, para el caso de las licencia tipo A.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

IX. Documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso los programas delegacionales o parciales de desarrollo urbano y el reglamento de construcciones.

Al igual que en los requisitos de las licencias de funcionamiento tipo A, este requisito se convierte en un obstáculo para el inversionista.

Por lo que respecta al artículo 44 de la ley, éste es del todo contradictorio ya que establece que el único documento para acreditar el uso de suelo permitido, según sea el caso será cualquiera de los siguientes:

I. Certificación de zonificación para uso específico; o

II. Certificación de zonificación para usos del suelo permitidos; o

III. Certificación de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos.

Sin embargo, en el párrafo segundo establece la salvedad de los requisitos señalados en el artículo 43, por lo que podrán ser requeridos en las ventanillas únicas de gestión como requisitos para solicitar una declaración de apertura, lo cual, como se ha dicho, es contradictorio y obstaculiza la apertura de una franquicia en el Distrito Federal ya que como se ha dicho algunos de estos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

requisitos por su complejidad y tiempo son un impedimento para la entrada en funcionamiento de un establecimiento en forma legal.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.6.- Propuesta de Modificación a la Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal

Por las anteriores manifestaciones a continuación se presentan las modificaciones que considero se deberían realizar al articulado de la Ley de Establecimientos Mercantiles que considero fomentarían la instalación de franquicias en el Distrito Federal:

Por lo que respecta al artículo 2, de la LEMDF, en el mismo se deberá insertar la Fracción XXIV, con el fin de contemplar la definición de la figura de la franquicia para efectos de poder diferenciarla al momento de presentar documentación ante las ventanillas únicas de gestión de las diversas delegaciones del Distrito Federal

Artículo 2.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

XXIV. Franquicia: Sistema o método de negocios el cual cuenta con los registros y la experiencia necesaria para simplificar la apertura de un negocio lícito.

Para el caso de lo señalado en el Artículo 20 del Capítulo II, de la ley que se propone se modifique, la propuesta es agregar un párrafo donde se establezca la excepción en el caso de las franquicias que pretendan operar con el giro de restaurante y que únicamente pretendan vender bebidas con contenido alcohólico con una graduación menor a 14o G.L., en este caso únicamente estarán obligadas a tramitar su declaración de apertura, quedando de la siguiente manera.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO II DE LAS LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO TIPO A

Artículo 20.- Son considerados de Impacto Vecinal y requerirán para su funcionamiento expedición de Licencia Tipo A los siguientes giros:

- a) Salones de Fiestas,
- b) Restaurantes,
- c) Establecimientos de Hospedaje, y
- d) Salas de Cine, Teatros y Auditorios.

Los Establecimientos Mercantiles señalados en los incisos anteriores, además de lo señalado en la Ley, podrán realizar eventos o actividades culturales.

En los caso de franquicias solo están obligados a tramitar licencia de funcionamiento tipo A o B los establecimientos en donde se ejerza el giro de restaurante, con venta de bebidas con una graduación de alcohol mayor a 14o, G.L., en caso de ser menor únicamente se requerirá de la Declaración de Apertura.

Para lo establecido en el artículo 25 del Capítulo V, de la ley, también se proponen algunas modificaciones por ejemplo en el primer párrafo la solicitud deberá ser un escrito libre, ya que los formatos que actualmente utilizan las delegaciones son obsoletos ya que marcan requisitos que actualmente la ley contempla de diferente forma, por lo que es mas práctico un escrito libre.

Asimismo se propone se agregue un párrafo en las fracciones II y III, donde sólo se establezca para las franquicias como requisito su registro ante el Instituto de Propiedad Industrial, y en los términos establecidos por la Propia Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, esto con el fin de evitar otro tramite, y que con el mismo registro se acredite su legal estancia en el país.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

En la fracción VII, se propone que se solicite el Visto Bueno de Seguridad y Operación, o en su caso, el Programa Interno de Protección Civil, con el fin de evitar un doble trámite ya que este último debe contar con el todos los establecimientos mercantiles en el Distrito Federal, lo anterior debido a que como se encuentra actualmente aunado a la autorización de ocupación se tiene que tramitar el Programa Interno de Protección Civil, con esto se eliminaría un trámite que actualmente se duplica

En la fracción VIII, se propone se agreguen dos párrafos, con el fin de aclarar que documentos son los que se deben presentar para acreditar el número de cajones y otro donde se establezca, que en el caso de franquicias, sólo se presente un escrito manifestando bajo protesta de decir verdad, que se cumple con el número de cajones requerido, lo anterior debido a que son establecimientos con planes que ya contemplan este supuesto.

Por lo anterior el artículo 25 de la ley quedaría de la siguiente forma:

CAPÍTULO V DE LOS REQUISITOS PARA OBTENER LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO

Artículo 25.- Para la obtención de Licencias de Funcionamiento, los interesados deberán presentar ante la Ventanilla Única o la de Gestión, la solicitud correspondiente **que podrá ser en escrito libre** y que deberá contar con los siguientes datos y documentos:

I. Nombre comercial o denominación social del Establecimiento Mercantil, domicilio para oír o recibir notificaciones, registro federal de contribuyentes y nacionalidad;

II. Si el solicitante es extranjero deberá presentar la Autorización expedida por parte de la Secretaría de Gobernación, en la cual se le permita llevar a cabo la actividad de que se trate;

En los casos de franquicias sólo será necesario presentar su registro ante el Instituto de Propiedad Industrial, de conformidad con lo establecido en la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial.

III. Si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, copia de una identificación oficial vigente con fotografía; así como copia certificada de la escritura constitutiva debidamente registrada o con registro en trámite;

En el caso de franquicias sólo se presentará el registro señalado en la fracción anterior.

IV. Ubicación y superficie del local donde pretende establecerse el giro mercantil,

V. Giro mercantil que se pretende ejercer;

VI. Certificado de zonificación para uso específico, o certificado de zonificación para usos del suelo permitidos, o certificado de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos, en su caso, con el que acredite que el giro mercantil que pretende operar esta permitido en el lugar de que se trate. El uso del suelo que se deberá acreditar es el correspondiente al giro principal, de conformidad con la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal y sus disposiciones reglamentarias;

VII. Visto bueno de seguridad y operación expedido por un Director Responsable de Obra o en su caso el **Programa Autorizado de Protección Civil.**

VIII. Documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso los Programas Delegacionales o Parciales de Desarrollo Urbano y el Reglamento de Construcciones;

Para tal efecto se deberá presentar el original o copia certificada de la licencia de construcción o contrato de arrendamiento o comodato respectivo.

Tratándose de franquicias, este requisito se podrá acreditar mediante escrito en el cual se manifieste bajo protesta de decir verdad que se cumple con el numero de cajones necesarios para su giro.

Ahora bien la propuesta de modificación a la ley también contempla el Título Cuarto, Capítulo II, relacionado con la Declaración de Apertura, en específico el artículo 43, ya que también se proponen algunas modificaciones por ejemplo: en el primer párrafo y en concordancia con el artículo 25, la solicitud deberá ser un escrito libre, ya que los formatos que actualmente utilizan las delegaciones son obsoletos ya que marcan requisitos que actualmente la ley contempla de diferente forma, por lo que es mas práctico un escrito libre.

Al igual que el artículo 25 y para estar en concordancia se propone se agregue un párrafo en las fracciones II y III, donde sólo se establezca para las franquicias como requisito su registro ante el Instituto de Propiedad Industrial, y en los términos establecidos por la Propia Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, esto con el fin de evitar otro tramite, y que con el mismo registro se acredite su legal estancia en el país.

En la fracción VIII, se propone que se solicite el Visto Bueno de Seguridad y Operación, o en su caso, el Programa Interno de Protección Civil, para el caso de franquicias, con el fin de evitar el doble trámite que ya se ha comentado.

En la fracción IX, se propone se agreguen dos párrafos, con el fin de aclarar que documentos son los que se deben presentar para acreditar el número de cajones y otro donde se establezca, que en el caso de franquicias, sólo se presente un

escrito manifestando bajo protesta de decir verdad, que se cumple con el número de cajones requerido, lo anterior debido a que son establecimientos con planes que ya contemplan este supuesto.

Por último, se propone que el artículo 44 se modifique con el fin de que para la apertura de una franquicia únicamente se presente el uso de suelo y una carta con la manifestación del interesado de que si cumple con ellos, facultando a la autoridad delegacional a verificar los requisitos adicionales y en caso de falta de alguno de ellos se puedan presentar en un plazo posterior a su apertura.

Por lo anterior los artículos 43 y 44 de la ley quedarían de la siguiente forma:

**TÍTULO CUARTO
DE LOS ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES QUE REQUIEREN DE
DECLARACION DE APERTURA**

**CAPÍTULO II
DE LA DECLARACION DE APERTURA**

Artículo 43.- La Declaración de Apertura de los Establecimientos Mercantiles, se tramitará mediante solicitud hecha **mediante escrito libre**, y el interesado estará obligado a manifestar bajo protesta de decir verdad, los siguientes datos:

- I. Nombre y/o razón social del solicitante, domicilio, registro federal de contribuyentes y nacionalidad;
- II. En caso de ser extranjero, la documentación que acredite su legal estancia en el país, así como la Autorización por parte de la Secretaría de Gobernación;

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

En los casos de franquicias sólo será necesario presentar su registro ante el Instituto de Propiedad Industrial, de conformidad con lo establecido en la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial.

III. Si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, copia de una identificación oficial vigente con fotografía y copia certificada de la escritura constitutiva debidamente registrada o con registro en trámite;

En el caso de franquicias sólo se presentará el registro señalado en la fracción anterior.

IV. Ubicación y superficie del Establecimiento Mercantil del que se avisa la Declaración de Apertura;

V. Giro mercantil del Establecimiento Mercantil;

VI. Los datos del documento por el que se ostenta la calidad jurídica de propietario o poseedor del inmueble;

VII. Denominación o nombre comercial del Establecimiento Mercantil;

VIII. Aquellos establecimientos cuya superficie sea mayor a 400 metros cuadrados, deberán contar con Visto Bueno de Seguridad y Operación expedido por un Director Responsable de Obra, en los casos de edificaciones construidas con anterioridad a agosto de 1993; o la Autorización de ocupación otorgada por la Delegación correspondiente, en los demás casos.

En los casos de franquicias bastará con presentar el programa interno de protección civil expedido por la autoridad delegacional; y

IX. Documento que acredite que el establecimiento cuenta con los cajones de estacionamiento que instruyen para cada uso los programas delegacionales o parciales de desarrollo urbano y el reglamento de construcciones.

Para tal efecto se deberá presentar el original o copia certificada de la licencia de construcción o contrato de arrendamiento o comodato respectivo.

Para el caso de franquicias únicamente será necesario presente carta donde manifieste bajo protesta de decir verdad que cuenta con los cajones necesarios de estacionamiento para el giro que va a ejercer.

Artículo 44.- El interesado estará obligado a acompañar a su solicitud de Declaración de Apertura el uso de suelo permitido, según sea el caso:

- I. Certificación de zonificación para uso específico; o**
- II. Certificación de zonificación para usos del suelo permitidos; o**
- III. Certificación de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos.**

Así como, un escrito en donde manifieste bajo protesta de decir verdad que cuenta con los documentos establecidos en el artículo 43, por lo que la Delegación no podrá requerir mayor documentación con motivo de la presentación de la Declaración de Apertura.

En el caso de que por alguna razón no se cuente con todos los documentos señalados en el artículo 43, en el escrito que se menciona en el párrafo anterior se establecerá el compromiso del interesado en contar con la totalidad de ello dentro de los 120 días siguientes a la presentación de la Declaración de Apertura correspondiente, teniendo la autoridad delegacional la facultad de requerirlos en ese término.

En caso de no contar con la totalidad de los documentos señalados en el párrafo precedente se tendrá por no presentada la Declaración de Apertura Correspondiente.

CONCLUSIONES

1.- Una adecuada legislación jurídica que fomente y dé seguridad al sistema de franquicias contribuirá al desarrollo de estos formatos de negocios en nuestro país, lo que abre la posibilidad en un futuro, de exportar franquicias mexicanas que contribuyan al fortalecimiento de la economía nacional.

2.- Se debe coadyuvar a la culturización de las franquicias dando a conocer las ventajas, desventajas y apoyos legales, a fin de impulsar la creación de nuevos conceptos para generar empleos y atraer la inversión llevando esto a la dominación de mercados.

3.- Debe buscarse el fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa tomando como base el sistema de franquicias, apoyándolas a través de mecanismos financieros y de capacitación a fin de que este sistema se difunda.

4.- El impacto económico que representa el sistema de las franquicias es considerable, reduce la vulnerabilidad de la micro y pequeña empresa, al ser negocios ya probados, a la vez que fomenta la creatividad y fortalece el desarrollo comercial.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El desarrollo de las franquicias nacionales resulta una alternativa viable de expansión para las empresas, permite crecer con la participación de recursos externos y se presentará posibilidad de cubrir nuevos mercados.

6.- Para que el sistema de franquicias tenga éxito deberán observarse como requisitos de los siguientes elementos:

Contar con la marca registrada de manera que dé seguridad y permanencia en la propiedad intelectual dentro de su formato de negocio.

Contar con la garantía de que la empresa franquiciante sea sana financieramente.

Contar con un plan estratégico del negocio a futuro.

Diseñar un contrato, el cual resultará de fundamental importancia, debido a que será el instrumento que norme la actividad y la relación entre el franquiciante y el franquiciatario.

Y como principal detonador la modificación de las leyes a efecto de que faciliten la instalación de este tipo de negocios.

7.- La Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial así como el Reglamento, no deberá limitarse a dar su Visto Bueno a través del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, sino que tenga la obligación de guiar y motivar la creación de este tipo de negocios, mediante una correcta asesoría y

seguimiento de cada trámite hasta su conclusión. Por lo que deberá dedicarse un capítulo completo a la franquicia en ambos ordenamientos, además de procurar una adecuada coordinación entre las diversas autoridades y organismos que promueven este tipo de negocios.

8.- Por otro lado, deberá aplicarse incentivos fiscales y elaborar un plan de simplificación administrativa en el que establezcan pasos desde la constitución de la franquicia hasta su funcionamiento, existiendo una adecuada coordinación entre leyes federales, estatales y municipales que faciliten y fortalezcan el establecimiento de franquicias, lo que traerá como consecuencia, el incremento de este tipo de negocios tanto nacionales e internacionales en nuestro país, así como la generación de empleos y capitales para fortalecer nuestra economía.

9.- En relación a las franquicias nacionales ya establecidas, éstas deberán fomentarse mediante apoyos financieros y dispensas legales, invitándolas primero a afianzar su concepto en México, para posteriormente incursionar en el extranjero.

Las franquicias están atravesando por un periodo de desestabilización sin embargo, debido a su bajo costo de inversión y a que se trata de negocios ya probados, retomarán el rumbo y se convertirán en un pilar fundamental de la economía nacional.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Las franquicias son una opción para la solución de parte de los problemas económicos por lo que atraviesa nuestro país, la diferencia entre desarrollarlas, o no, está en la generación de empleos, ingresos y divisas que podemos obtener de ellas.

10.- Por tal razón se hace imperioso modificar las legislaciones a efecto de propiciar se faciliten los trámites y requisitos para las franquicias, dentro de la legislación local en el Distrito Federal.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFÍA

- Venegas Santoro, Antonio, El Contrato de Franquicia, Santa fe de Bogotá, Colombia De. Librería Profesional.
- Torres de la Rosa, Alejandra, El Contrato de Franquicia en el Derecho Mexicano, Ed. Porrúa, 2000.
- Miguel Asensio, Pedro A. De., Fernández Rozas, José Carlos Prologo Contratos Internacionales sobre Propiedad Industrial, Ed. Civitas, 1995.
- Miguel García, Pedro El Intervencionismo y la Empresa Pública. Madrid, España 1974.
- Rogina Villegas, Derecho Civil Mexicano, De. Porrúa, Sexta Edición, México, 1985.
- Diccionario Jurídico Mexicano, Ed. Porrúa, S.A: del Instituto de Investigaciones jurídicas de la UNAM.
- Bartlett, Ghoshall, La empresa Din Fronteras, Mc Graw Hill, Mexico, 1991.
- Boroian D., Donald, Las Ventajas del Franchising, Ediciones Machi, Buenos Aires , 1994.
- González Calivillo Enrique y González Calvillo Rodrigo, Franquicias, Como Multiplicar su Negocio, Ed. Limusa, México, 1994.
- Raab, Steven, Matusky, Gregory, Franquicias, Una Nueva Oportunidad de Negocio, México, 1989.
- Miller Robert W, Franquicias en México, De. Cámara de Comercio Americano, México, 1993.
- Vauhn, Charles L., Franquicias su Naturaleza, Ventajas y Desarrollo, México, 1992.
- La Globalización de América Latina, Retos y Desafíos, Comité Ejecutivo Nacional del PRI.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

LEGISLACIÓN

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial.

Ley de Transferencia de Tecnología.

Ley de Patentes y Marcas

Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal

Código Civil Para el Distrito Federal

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**