



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGÓN

**“LA PROFESIONALIZACIÓN EN LA MICRO, PEQUEÑA Y
MEDIANA EMPRESA, PERSPECTIVAS ECONÓMICAS Y
JURÍDICAS”**

T E S I S
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO
P R E S E N T A:
MARICRUZ MARTÍNEZ MOLINA

ASESOR: LIC. ALEJANDRO ARTURO RANCEL CANSINO

MÉXICO 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

LA PROFESIONALIZACIÓN EN LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, PERSPECTIVAS ECONÓMICAS Y JURÍDICAS.

INTRODUCCIÓN.

Pág.

CAPÍTULO I.- DEL COMERCIO.

1.1 El Comercio.	2
1.1.1 Antecedentes.	2
1.1.2 Concepto.	4
1.1.3 Evolución.	5
1.2 Personas que ejercen el comercio.	13
1.2.1 Comerciantes personas físicas.	18
1.2.2 Comerciantes personas morales.	21
1.3 Las Sociedades Mercantiles.	22
1.3.1 Evolución de las Sociedades Mercantiles.	24
1.3.2 Las Sociedades Mercantiles en el Derecho Mexicano.	31
1.3.2.1 Fundamento Legal.	31
1.3.2.2 Clasificación de las sociedades.	33

CAPITULO 2 LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO

2.1 La Empresa.	36
2.1.1. Concepto de Empresa.	39
2.1.2 Carácter Mercantil de la Empresa.	46
2.1.3 Regulación Jurídica de la Empresa.	49
2.1.4 Elementos de la Empresa.	56
2.1.4.1 Elementos Subjetivos.	58
2.1.4.2 Elementos Objetivos.	59
2.2. El Empresario.	64
2.2.1 Concepto de Empresario.	65
2.2. 2 Tipos de Empresario.	65
2.2.2.1 El Empresario individual.	67
2.2.2.2 EL Empresario colectivo.	68
2.2.2.3. Empresario Público.	71
2.2.2.4 El Empresario Privado.	77
2.3 El Personal.	82
2.4 La Hacienda o Fondo de Comercio.	83

2.4.1	Concepto de Hacienda.	83
2.4.2	Composición de la Hacienda.	84
2.4.2.1	Bienes Materiales.	84
2.4.2.2	Bienes Inmateriales.	84
2.4.2.3	Relaciones Jurídicas.	85

CAPITULO 3
LA PROFESIONALIZACIÓN EN LA EMPRESA

3.1.	Concepto de Profesionalización.	88
3.2.	Panorama actual de la Empresa en la Economía Global.	88
3.3.	Acción gubernamental y no gubernamental para el desarrollo de las MIPYMES	98
3.4	El empresario y sus obligaciones.	107
3.5.	La profesionalización en la Empresa.	110
3.6.	Perspectivas Económicas.	119
3.7.	Perspectivas Jurídicas.	120
3.8.	Propuesta.	122
CONCLUSIONES.		125
BIBLIOGRAFÍA.		127

INTRODUCCIÓN

Indudable e innegable resulta la influencia de la actividad comercial en el desarrollo de las relaciones del hombre, encontrándose íntimamente ligada con los últimos siglos de acelerada evolución humana.

Existen múltiples factores que han provocado un rápido crecimiento en las actividades comerciales. La demanda de determinados productos y a la gran necesidad colectiva contemporánea, son ejemplo de ello, es por esto, que el comerciante ha tenido que hacer de su pequeño establecimiento una industria que pueda satisfacer un mercado siempre creciente, convirtiéndose en empresario, que para llegar a tener tal título debió cumplir con una serie de normas necesarias para el perfecto establecimiento de una empresa además de ciertos requisitos económicos y culturales.

El empresario, al cumplir y llevar a cabo los requerimientos que le exige la ley, protege su legítima acción, a los trabajadores de la negociación, así como a los bienes, derechos y relaciones nacidas de la explotación de la empresa; debe además, establecer reglas destinadas a mantener su actividad dentro de los cauces del respeto a los derechos no sólo de los competidores, sino también de la clientela; tiene la obligación de velar por la conservación y el incremento de su negociación, en su beneficio y el de la colectividad.

Sólo un pequeño número de comerciantes logran convertirse en empresarios, debido a que sólo algunos acatan las normas y reglas impuestas para la creación y constitución de una empresa.

Las políticas económicas en muchos casos afectan la estabilidad de estas instituciones, la apertura de los mercados trajo consigo en nuestro país, la desaparición y el debilitamiento de miles de pequeñas empresas que funcionaban normalmente bajo el proteccionismo del Estado.

Si bien es cierto, no podemos permanecer al margen de las políticas económicas globales y mucho menos mantener una inaceptable protección estatal, no nos encontrábamos preparados para afrontar las consecuencias residuales e inmediatas de la globalización.

Hoy en día las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) constituyen un 99.7 por ciento del total de nuestra planta productiva, industrial o de servicios, por lo que es menester que el Estado se encargue de brindar los medios jurídicos idóneos, así como los apoyos económicos necesarios para su adecuado funcionamiento, lo que las consolidaría dentro de su mercado nacional y les brindaría la oportunidad de expansión a nivel interno y externo.

Es por ello que nos hemos dado a la tarea de buscar soluciones prácticas a esta problemática, aunque bien sabemos, lo difícil y complicado que resulta tratar cuestiones económicas, tanto por la ardua labor jurídica como por la resistencia doctrinal al respecto.

**CAPÍTULO I.-
DEL COMERCIO.**

- 1.1 EL COMERCIO.**
 - 1.1.1 ANTECEDENTES.**
 - 1.1.2 CONCEPTO.**
 - 1.1.3 EVOLUCIÓN.**
- 1.2 PERSONAS QUE EJERCEN EL COMERCIO.**
 - 1.2.1 COMERCIANTES PERSONAS FÍSICAS**
 - 1.2.2 COMERCIANTES PERSONAS MORALES**
- 1.3 LAS SOCIEDADES MERCANTILES.**
 - 1.3.1 EVOLUCIÓN DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES.**
 - 1.3.2 LAS SOCIEDADES MERCANTILES EN EL SISTEMA JURÍDICO MEXICANO.**
 - 1.3.2.1 FUNDAMENTO LEGAL.**
 - 1.3.2.2 CLASIFICACIÓN DE LAS SOCIEDADES.**

1.1 EL COMERCIO

Incuestionablemente el comercio, se constituye como la actividad más importante en que se ha asentado la evolución humana, es indiscutible su determinación en el desarrollo de nuevas y más dinámicas formas de comunicación y tecnología. A su vez, los descubrimientos derivados de esta actividad han sido definitivos para el avance de la sociedad, la política y la economía mundial, tales como la moneda, el crédito y las sociedades mercantiles, impulso que de distinta forma no se hubiera podido obtener.

Hoy en día sigue siendo la actividad humana por excelencia y su importancia dentro de la estructura y política estatal es primordial; es innegable la relación directamente proporcional entre las condiciones de vida la población de un Estado y su moderada o intensa actividad comercial.

1.1.1 ANTECEDENTES.

El Ser Humano comparte con los demás seres que habitan nuestro planeta, en mayor o menor medida, conductas, aptitudes y capacidades, se comunica, se adapta y modifica el medio para su supervivencia, incluso ambos esclavizan a otros seres en su beneficio y son capaces de hacer la guerra entre sí, etc.; sin embargo, el hombre posee cualidades propias y exclusivas emanadas de su propia naturaleza, que lo distinguen de los demás seres vivos, una de ellas es la capacidad de realizar actividades comerciales.

Categoricamente la actividad comercial es privativa del Ser Humano, al no existir otro ser sobre la tierra que pueda comerciar. La persistencia del hombre por comerciar se origina y yace en la existencia de valores internos bien determinados, así encontramos que la calidad humana se distingue de la simplemente animal por ser valorativa; el hombre es un individuo de relación social por excelencia que aspira a los valores y busca su ejecución. Por eso trata de enriquecer el mundo incorporando y tratando de llevar a cabo las nociones de justicia, libertad, belleza. Y como para satisfacer sus necesidades requiere de bienes que no tiene a su inmediato alcance, los cambia por otros, orientando dicho cambio con un sentido de valor de los bienes. Y es precisamente en ese cambio de satisfactores en que consiste el comercio. ¹

El trueque es considerado el primer vestigio de actividad comercial de que se tiene conocimiento y aunque no corresponde a la actual categoría de acto comercial, si es un precedente importante para el comercio mundial. Surge cuando el hombre se vio obligado a intercambiar algunos de los objetos que poseía, tales como armas, pieles, alimentos, que obtenía por medio de la recolección y de la caza individual o grupal, por otros que también le eran indispensables. Actividad que se vio significativamente incrementada una vez que fueron desarrolladas técnicas para la producción y almacenamiento de los bienes producidos, dando lugar a la división del trabajo y creándose de esta forma excedentes en la producción que eran igualmente intercambiados por otros bienes.

Como lo apuntábamos anteriormente aún en este momento de la historia antigua, no se desarrollaba una actividad propiamente comercial, tal y como la que conocemos actualmente, sin embargo la naturaleza del trueque fue

¹ Cf. CERVANTES AHUMADA, Raúl.- "Derecho Mercantil 1er Curso". Editorial Porrúa. 3ª reimpresión. México 1980. Pág. 2.

modificándose con el hecho de que ya no se intercambiaban bienes o productos para consumirlos sino para cambiarlos por otros, lo que da nacimiento a la figura del comerciante y consigo al comercio moderno.

1.1.2. CONCEPTO.

Etimológicamente la palabra Comercio deriva del latín *Commercium*, que se compone de los vocablos *Cum* y *Merx*, que significan con mercancía, y a los que algunos autores atribuyen la idea del cambio o de tráfico.²

Originalmente su significado consiste esencialmente en una actividad de mediación o interposición entre productores y consumidores, con propósito de lucro. Se define como la negociación, trato y tráfico de mercaderías, de dinero, de mercantes o mercaderes; la actividad de éstos, como intermediarios y el intercambio de bienes con el propósito de obtener ganancias. Concepto que ha sido ampliamente rebasado por la doctrina moderna que critica su insuficiencia para intentar delimitar el ámbito de estudio del derecho mercantil.

Existen diversas opiniones en cuanto a la naturaleza del comercio en relación al derecho mercantil, el jurista argentino Thaller³, considera que la esencia del acto mercantil es el implicar una participación en la circulación de las cosas, el comercio no se distingue por la naturaleza del objeto que le es exclusivo, sino por recaer sobre los bienes muebles considerados en un cierto estado de movimiento. Por su parte el distinguido doctrinario Alfred Rocco⁴, llega a la conclusión de que en los actos reputados como mercantiles hay un acto de interposición en el cambio y que en eso radica la esencia de los mismos.

² Idem.

³ Cit. Por. RODRÍGUEZ Y RODRÍGUEZ, Joaquín. Curso De Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México. 1988. Pág. 6.

⁴ Cit. Por. Idem.

Es indudable lo planteado por los doctrinarios en este sentido y para obtener una noción jurídica actual debemos englobar dentro del mismo todas aquellas nociones a las que el Derecho les atribuye un carácter mercantil, incluyendo las modernas teorías que pretenden ubicarlo como el Derecho de la Empresa y de los actos realizados por la misma.

1.1.3 EVOLUCIÓN.

Como bien lo establecimos anteriormente el nacimiento del comercio se da con el surgimiento de la figura del trueque, lo que no implicó que también naciera un orden normativo para su regulación, por lo que estos dos fenómenos nunca estuvieron de alguna manera ligados y de ninguna forma estuvieron cerca de coincidir históricamente, tuvieron que transcurrir cientos de años después del origen del comercio para que se dieran en las civilizaciones más avanzadas de entonces, los primeros vestigios de derecho mercantil. Sin embargo no es posible estudiar la evolución del comercio mundial sin relacionarlo con el derecho mercantil, toda vez que de otra forma, ni siquiera nos sería útil para la realización de esta investigación, por lo que estudiaremos el desarrollo del Derecho Mercantil en relación a la evolución del comercio.

Las referencias más remotas de este derecho, se originan de principios e instituciones que se remontan al 2000 A.C. cuando grandes pueblos como Fenicia, Babilonia, Grecia, Persia y Egipto, habían alcanzado un alto nivel de desarrollo, gracias a su actividad marítima principalmente, por lo que no es de extrañarse que los primeros preceptos o por lo menos los mas importantes sean los relacionados al comercio marítimo.

En este sentido destaca la labor realizada por el pueblo fenicio, factor importante en el desarrollo del mediterráneo al fundar los puertos más importantes de la región, que eran los ejes sobre los que giraba la economía en esa época. Su importancia radica en que reguló el comercio por medio de tratados, lo que contribuyó en gran parte al comienzo del crédito. En cuanto a las primeras leyes de carácter mercantil, éstas nacieron para resolver los conflictos suscitados en el intercambio de mercancías, principalmente en lo que se refiere a la transportación de las mismas y a su producción en un país determinado. Es por ello que no resulta difícil entender porque las mismas hacen referencia a actividades marítimas.

El espíritu Bélico y conquistador del pueblo helénico, convirtió a Grecia en el vehículo ideal para la difusión de la moneda acuñada, se dedicaban intensamente al comercio interno e internacional y había entre ellos comerciantes especializados en la banca. Es por esto que se les atribuye la invención del préstamo a la gruesa, que requiere una mención especial, llamado *Foenus Nauticum*, el cual se constituye como el más remoto antecedente de las sociedades personales actuales y que consistía en una operación de crédito en cuya virtud un capitalista, entregaba un objeto de valor, generalmente dinero, a un empresario marítimo, con la obligación de rembolsar y pagar cuantiosos intereses si el viaje resultaba exitoso y sin obligación alguna en el caso de que éste fuera un fracaso.

En cuanto al derecho romano se pueden señalar en su ordenamiento romano tres clases de instituciones comerciales, de acuerdo a lo que nos señalan los autores Hamel y Lagarde⁵:

I.- Las que no se concentraban a una profesión determinada.

⁵ Cit. CERVANTES AHUMADA, Op. Cit. Pág. 5.

II.- El segundo grupo estaba formado por las instituciones especiales de derecho marítimo. En ellas podemos señalar las provenientes de los griegos y fenicios, como son el *nauticam foenus* y la *Lex Rhodia de Iactu*; así como algunas instituciones romanas originales, como la *actio exercitoria*.

III.- El tercer grupo lo formaban las instituciones del derecho bancario romano.

A la caída del imperio romano y por las constantes luchas que se daban entre los pueblos, se apreció una decadencia generalizada de las actividades comerciales e industriales, además, la organización feudal extremadamente localista y autosuficiente fue factor preponderante para que el comercio quedara estancado.

La creación de los mercados, como zonas públicas para la transacción de mercancías y las cruzadas, que abrieron las vías de comunicación con el cercano oriente; regresaron el impulso perdido a las operaciones mercantiles, fomentando además un intercambio de productos de los distintos países europeos, creándose importantes centros comerciales como Venecia, Génova y Florencia.

Es en las ciudades medievales donde nace el Derecho Mercantil, propiamente dicho, principalmente en las italianas, con el florecimiento del comercio urbano y de la actividad económica general. Primeramente se manifestó como un derecho profesional que sólo cubría y amparaba a los mercaderes que vivían del comercio, como una ocupación ordinaria así como un derecho autónomo frente al derecho común y las normas dictadas por la autoridad política.

Posteriormente las personas que se dedicaban a una misma actividad se agruparon para la protección y defensa de sus intereses comunes, dando lugar a una división del trabajo más marcada y al inicio de la especialización. Es así como

surgen los gremios y corporaciones de comerciantes. Los estatutos de estas corporaciones, todas las normas consuetudinarias y además las decisiones de los tribunales consulares dieron surgimiento a importantes colecciones de normas jurídicas, las cuales fueron codificadas en las plazas de comercio de mayor importancia.

Por su importancia podemos citar entre esas compilaciones a los *Rooles de Olerón*, Las leyes de *Wisby*, que propiamente eran una adaptación y traducción de los *Rooles de Olerón*, El consulado del mar, de origen barcelonés, El *guidon de la mer* (gallardete del mar), todas ellas en relación al comercio marítimo.

No debemos olvidar la importancia que tienen las ferias medievales, que a partir del siglo XII tuvieron gran auge en Europa, toda vez que estas contribuyeron en la formación y fijación de los usos y costumbres mercantiles, destacándose aquellas que regulaban el tráfico marítimo. De entre las cuales sobresalen las de París, Champagne, Montpellier y Lyon en Francia, las de Francfort en territorio germano, las de Florencia y Nápoles en Italia, las de Brujas, las de Ninji—Nogvorov en Rusia y en España las de Medina del Campo, por su carácter internacional.

El inicio de la época moderna fue marcado por dos acontecimientos que revolucionaron por completo el mundo antiguo y como consecuencia el comercio: el descubrimiento de América y el de la ruta de Cabo de Buena Esperanza hacia las Indias orientales. La actividad comercial se reorientó y abandonó entonces el Mediterráneo y esto propicia el declive de los puertos comerciales italianos, ofreciendo así oportunidad a los Estados Occidentales (España, Portugal, Francia, Holanda y Gran Bretaña), quienes pasaron a ocupar un lugar privilegiados en los dominios del comercio.

Fue así como diversos fueros, bandos, edictos y ordenanzas, fueron dictados para resolver los problemas mercantiles, dándole el lugar que merecía la labor realizada en Francia y España, en virtud, de que ambos países se preocuparon en mayor medida por encausar el nuevo movimiento mercantil y de protegerlo por medio de leyes.

Con esta intensión fueron creadas las ordenanzas de Colbert en Francia a finales del siglo XVIII. La primera de ellas, la "Ordenanza de Comercio", de marzo de 1673, trata del comercio terrestre y la segunda, la "Ordenanza del Comercio Marítimo", de agosto de 1681, versa sobre el derecho del mar. También en España, los consulados expidieron ordenanzas de gran trascendencia sobresaliendo las de Burgos, las de Bilbao, de gran importancia en su época, tanto por constituir un Código dedicado exclusivamente a la materia mercantil, como porque su vigencia y aplicación se extendieron a toda España y a las Colonias de ésta.

Pero fue hasta el siglo XIX cuando el Derecho Mercantil quedó expresamente codificado en los principales Estados Europeos, excluyendo a Inglaterra: en Francia se inició este proceso de codificación a través de la redacción y promulgación del Código de Comercio Napoleónico del año 1807, cuya aplicación se extendió a todos los países conquistados por Napoleón, influyendo incluso en la corriente legislativa de dichos países en épocas ulteriores.

El sistema del derecho mercantil cambia radicalmente con la introducción de este código, ya que modifica las bases esenciales de la materia, aquí ya no se trataba de un derecho de una clase determinada sino de un derecho regulador de un tipo específico de actos: los actos de comercio. Cambia el fundamento, hasta entonces subjetivo del derecho comercial, a una base objetiva, que deriva de la naturaleza intrínseca de los actos a los que se aplica. Pero esto no implica que deje de influir el elemento subjetivo, ya que se siguen presumiendo como

mercantiles los actos realizados por los comerciantes, aunque ya no importa la pertenencia a un gremio o la inscripción en una matrícula de mercaderes.

Durante el siglo XIX, los demás Estados Europeos, crearon sus propios Códigos de Comercio, influidos ampliamente por el Código Napoleónico, a excepción del Imperio Alemán, quien regresó al carácter subjetivo que identificó en un principio a nuestra materia. Este Código tenía como característica que sólo regulaba los actos realizados por comerciantes y no a los actos de comercio aislados.

Otro acontecimiento de gran trascendencia para la actividad económica mundial ha sido sin duda la Revolución Industrial, y con la misma, los adelantos y desarrollos tecnológicos, que se traducen, en vías más rápidas de comunicación, nuevas técnicas de producción, más ágiles y de mayor calidad, etc., situaciones que han influido enormemente en las políticas económicas adoptadas por los Estados y que se traducen lógicamente en los ordenamientos jurídicos de cada uno de ellos.

En este siglo XXI, "era del conocimiento", se presentan una serie de factores que permiten observar nuevos conceptos e instituciones comerciales, como la empresa virtual, la firma electrónica y el comercio electrónico, generalmente conocido como *e-commerce*.⁶

En lo referente a la evolución del comercio en nuestro país, podemos señalar que antiguamente los imperios precolombinos mexicanos, tenían especial consideración a la actividad comercial, lo que significaba un lugar destacado para los comerciantes en la organización política.

⁶ Cfr. QUINTANA ADRIANO, Elvia Arellano.- Ciencia del Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México 2002. Pág. 63.

El descubrimiento del continente Americano y la Conquista trajeron consigo la aplicación de los ordenamientos españoles de la época, en los nuevos territorios.

El ordenamiento que más influencia tuvo en México fueron sin duda Las Ordenanzas de Bilbao, ordenamiento más completo y técnico que los de Sevilla y Burgos y que poseía como cualidad especial el sólo regular la materia mercantil.⁷

Aún cuando ya se había consumado la independencia de México, las ordenanzas de Bilbao seguían aplicándose en el territorio nacional. Esta situación cambió a partir de 1824, cuando se decidió suprimir a los consulados y se dispuso, que de las controversias del orden mercantil debería conocer el Juez común, asistido, por supuesto, por dos colegas que fueran comerciantes.

Es entonces que se empezaron a crear diversas leyes y reglamentos para regular el comercio en el México Independiente: sin embargo, hasta el momento no contaba con un Código de Comercio y es hasta 1854, que el reconocido jurisconsulto, Teodosio Lares, elabora el Código de Comercio que fue conocido también como Código Lares, en homenaje a su autor, regulaba el comercio en México, fue inspirado en los modelos europeos y aunque no era completamente novedoso, logró ser superior a las viejas ordenanzas. Tuvo poca vigencia, toda vez que la Constitución de 1857, concedía a las Entidades Federativas facultades para legislar en materia de comercio, por lo que era de esperarse que algunos de los estados crearan sus propios Código de Comercio locales, inspirados algunos en el Código de Lares.

La facultad para legislar en materia de comercio, pasó de nuevo al ámbito federal por reforma hecha el 14 de diciembre de 1883, a la fracción X del artículo 72 de la constitución. Después de este acontecimiento se elaboró un nuevo

Cfr. CERVANTES AHUMADA, Ob. Cit. Pág. 72.

Código de Comercio, basado esencialmente en el Código español de 1885 y el código italiano de 1882.

Las facultades para regular la mayor parte de las materias originalmente comprendidas en el Código de Comercio de 1890, han sido sustraídas para delegárseles a leyes especiales, como la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito de 1932, la Ley de sociedades Mercantiles, de 1934, la Ley sobre el contrato de seguro de 1935, la ley de quiebras y suspensión de pagos de 1942, abrogada por la nueva Ley de Concursos mercantiles, etc.

Ciertas instituciones comprendidas por este código han sido radicalmente modificadas, otras tantas complementadas y muchas más desaparecidas, sin embargo aún regula los elementos constitutivos del derecho mercantil mexicano como son: el acto de comercio, el concepto y las clases de comerciante, la regulación procesal de los juicios mercantiles, las obligaciones de los comerciantes y la regulación de las obligaciones comerciales y de los contratos mercantiles más usuales (compraventa, permuta, comisión, depósito mercantil, prenda, etc.). Por lo que, aun cuando se han nombrado comisiones para redactar un nuevo anteproyecto de Código de Comercio, las modificaciones hechas al mismo en el transcurso del siglo pasado han sido suficientes para adaptarlo a la modernidad, sin que esto implique que no deje de ser obsoleto o deficiente al tratar algunas materias, sin embargo, tomando en cuenta las necesidades actuales y los cambios económicos que ha venido sufriendo el país y con las políticas económicas adoptadas a nivel mundial sería importante pensar en la redacción de un nuevo Código de Comercio que no sólo cubra todos estos cambios y necesidades, sino también que proteja los intereses de los comerciantes, además de considerar lo planteado por algunos doctrinarios internacionales, en el sentido de adaptar el Derecho Mercantil, a las actividades de la Empresa, dando nacimiento al Derecho Empresarial, en sustitución de éste.

1.2 DE LAS PERSONAS QUE EJERCEN EL COMERCIO.

Toda relación jurídica, consta de tres elementos: el sujeto, que habrán de ser dos por los menos; el objeto, que se traduce en una cosa del mundo exterior sobre la cual recae; y el contenido específico de la misma relación que determinan, es decir, la existencia de un derecho subjetivo, que pertenece a uno de los sujetos y un deber jurídico, que corresponde al otro. A cada rama del derecho le corresponde un estudio diferente dependiendo la categoría a la que se refiera. Al derecho mercantil corresponde el estudio de las relaciones jurídicas de naturaleza mercantil, que no son otras más que las que se derivan de la realización de los actos mercantiles o simplemente del ejercicio del comercio. Son considerados sujetos de las relaciones mercantiles, las personas que en ellas intervienen originando entre ellas obligaciones respecto a su conducta.

Las consecuencias de derecho obedecen a la manera de intervenir de las personas o sujetos en las relaciones jurídicas y sus actos mercantiles: unas veces será sólo el considerar relaciones jurídicas mercantiles todas las que se originan de la realización de ciertos actos mercantiles de un modo absoluto, no importando cual fuere la calidad de la persona y otras sólo será el caso de considerar relaciones jurídicas mercantiles, aquellas que se originan sólo respecto a ciertas personas, los comerciantes y no respecto de otras, como sucede con los actos mercantiles por el objeto de modo relativo o con los mercantiles subjetivamente. Podemos decir que se consideran sujetos de las relaciones mercantiles a todas aquellas personas que intervienen en la realización de un acto de comercio absoluto y también consideramos en especial a los comerciantes como categoría específica de sujeto de otra categoría de actos. No obstante de estas dos categorías, sólo ocupará nuestra atención el estudio de los comerciantes.

No importando cual sea el sistema legal utilizado para delimitar la materia de derecho mercantil es el comerciante la figura principal del derecho mercantil,

porque el concepto que estará siempre en el centro del criterio diferenciador, será el de comerciante. Si se quiere decir que el derecho mercantil es un derecho profesional, el derecho de los comerciantes, sería completamente indispensable precisar este concepto, cuyo alcance vendría a determinar el de la materia mercantil; si se quiere decir que el derecho mercantil es el de los actos mercantiles, no hay un solo sistema en el que no haya actos de comercio que no lo sean en razón de ser realizados por comerciantes. Es decir, que si se trata de una concepción subjetiva del derecho mercantil, como de una objetiva, siempre y en todo caso el concepto de comerciante estará en la base de la misma.⁸

El derecho comercial nace en torno del sujeto propio como un derecho de clase, como un derecho profesional y subjetivo; en su origen fue un derecho de los comerciantes y para los comerciantes, para la protección y defensa de sus intereses. Criterio que a pesar de haber sido cambiado por el *Code de Commerce* francés de 1808 -a un criterio objetivo, por el objeto del acto de comercio- ha vuelto a tener vigencia en la doctrina y en algunas legislaciones como la alemana, a través de su Código de 1900, y en otras más a través de la figura de la empresa (o del empresario).

El derecho mercantil mexicano es un derecho exclusivamente de los actos de comercio, pero al mismo tiempo y debido a la figura del comerciante se determina la naturaleza mercantil de numerosos actos, esto es, que muchos de los actos considerados como de comercio por el Código de Comercio, son considerados con tal carácter por ser realizados por comerciantes; aún con la importancia que el Código de Comercio y la legislación mercantil en general, otorga a la institución de la empresa y a pesar, incluso, de que nuestras leyes adoptan y se alinean a esa tendencia empresarial, en boga en los países desarrollados, ya sean capitalistas o socialistas. No obstante que así fuera, no podría prescindirse de la figura del comerciante.

⁸ RODRÍGUEZ Y RODRÍGUEZ, Op. Cit. Pág. 35.

En el lenguaje común, se conoce como comerciante a las personas que negocian comprando y vendiendo géneros o mercancías, es decir, a los sujetos que llevan a cabo operaciones de compraventa o de permuta con el propósito de lucro. Tal es el concepto de originario de comerciante (mercader, marchante, traficante). Esto se debe, al origen histórico de la palabra comerciante, que deriva de la figura del mercado y ésta supone relaciones de compra y venta.

El concepto jurídico de comerciante es más amplio que la noción común o vulgar, porque son calificadas también como comerciantes, a personas que no sólo se dedican a actividades como las mencionadas en el párrafo anterior, de carácter industrial y agrícola inclusive. En claro ejemplo de lo anterior citaremos el artículo 75 de nuestro Código de Comercio, el cual considera como actos de comercio, entre otros: las empresas de construcción, las de fábricas o manufacturas, las de transporte, las editoriales, las de turismo, las de espectáculos públicos, así como las empresas mineras y petroleras, y los titulares de todas esas empresas, que realizan actividades que desde el punto de vista común y corriente no son comerciales, son consideradas como comerciantes.

Para identificar al comerciante nos servimos de dos sistemas. Uno material y otro formal; según el criterio material, serán comerciantes, aquellos que se dediquen, de un modo efectivo, a realizar ciertas actividades catalogadas como mercantiles; de acuerdo al segundo, son comerciantes los que adoptan una determinada forma o se inscriben en ciertos registros especiales. El derecho mexicano adopta ambos sistemas. Al comerciante individual se le aplica el criterio material; a los comerciantes persona moral, el formal.⁹

El concepto de comerciante, ya se determine por concepto material o formal, es único. Se aplica de igual forma todos los que reúnen las características

⁹ Ibidem. Pág. 36.

legales adecuadas, con independencia del volumen o importancia de su negocio o de cualquier otra consideración. En virtud de lo anterior, puede decirse entonces que tan comerciante es el más modesto de los vendedores como el gran industrial.

El distinguido jurista argentino Roberto Fernández, en su libro Tratado Teórico Práctico de la Quiebra, lo describe así: "Es comerciante quien ejerce una profesión comercial, extendiéndose por tal toda explotación o empresa que tenga por objeto la realización de actos de comercio."¹⁰

De los conceptos anteriores podemos observar la predominante influencia de la doctrina francesa en la doctrina argentina, visiblemente objetiva, que al ser a su vez, fuente para la creación de nuestro Código de Comercio, se materializa en nuestra propia legislación.

Analizando ahora la visión de nuestro sistema jurídico acerca de esta institución tenemos lo siguiente:

El maestro Acevedo Balcorta nos da una definición de comerciante y nos dice que "se reputa comerciante en derecho a la persona física o moral que real o presuntivamente(sic) realiza habitual y profesionalmente actos de comercio de carácter especulativo."¹¹

Nuestro Código de Comercio vigente, en su artículo 3º, nos enumera a las personas consideradas como comerciantes, sin dar propiamente una definición de la institución, el cual a la letra dice:

¹⁰ Cit. Pol. ENCICLOPEDIA JURÍDICA OMEBA, Tomo III. Editorial Driskill, S.A. Buenos Aires, Argentina. 1992. Pág. 300.

¹¹ ACEVEDO BALCORTA, Jaime A.- Derecho Mercantil. Editorial Dirección de Extensión y Difusión Cultural Campus Universitario Chihuahua. México. 2000. Pág. 45.

“Se reputan comerciantes:

- I. Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio hacen de él su ocupación ordinaria;
- II. Las sociedades constituidas conforme a las leyes mercantiles;
- III. Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.”

En razón a lo anterior, el código utiliza diversos criterios para determinar la calidad de comerciante. Por una parte, tenemos que cuando se trata de personas físicas (comerciantes individuales) requieren que éstos ejerzan el comercio en forma habitual para que se les pueda atribuir tal carácter.

Al mismo tiempo, menciona que serán comerciantes las sociedades mercantiles constituidas conforme a la Ley comercial, sea cual sea su objeto. Esto es: la forma atribuye a las sociedades mercantiles su calidad de comerciantes, aunque no ejerzan propiamente el comercio.

Las sociedades mercantiles adquieren la calidad de comerciantes por el sólo hecho de su constitución, por cuanto, como antes se indicó la ley establece una presunción *iuris tantum* de que lo son si se constituyen con arreglo a las leyes mercantiles.

Dicho de otro modo: las sociedades mercantiles, en principio, son reputadas como comerciantes por la ley sin necesidad de ejercer efectivamente la profesión propia de éstos. Sobre esta peculiaridad, el autor Rocco hace el siguiente comentario:

“El motivo de distinción para atribuir la calidad de comerciante a las sociedades mercantiles es manifiesto, porque mientras el hombre haya en la vida multitud de fines que puede realizar de distintos modos y en todas las formas

posibles de actividad, la persona jurídica (la sociedad mercantil) nace para realizar uno determinado, y su actividad la marca y limita éste, que es, en otros términos, la Ley fundamental e inmutable de la persona jurídica.”¹²

De la lectura del artículo 3º de nuestro Código de Comercio podemos desprender un punto más, de acuerdo al mismo nuestra legislación reconoce dos clases de comerciantes: los comerciantes personas físicas y los comerciantes personas morales o jurídicas. Los primeros son individuos humanos que deben completar los requisitos que la Ley establece para serlos. Los segundos, son las sociedades mercantiles, que como vimos anteriormente, son siempre comerciantes, ya sean nacionales o extranjeras, bajo cierta condición.

1.2.1 COMERCIANTES PERSONAS FÍSICAS.

La persona física es todo individuo persona humana, apto de ser sujeto de derechos y obligaciones, aun cuando su capacidad jurídica pueda estar limitada, atendiendo a diversas circunstancias.

Atendiendo a nuestra legislación, y de acuerdo al artículo 3º fracción primera del Código de Comercio, son comerciantes, las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria.

Como un primer elemento de esta definición tenemos a la capacidad y de acuerdo a la doctrina, podemos distinguir dos tipos de capacidad: La Capacidad de Goce y la capacidad de Ejercicio.

¹² Cf. ROCCO, Alfredo.- Principios de Derecho Mercantil. Editorial Biblioteca de la Revista de Derecho Privado. Madrid, España. Pág. 230.

La capacidad de Goce es la aptitud que tiene una persona para ser sujeto de derechos y obligaciones, esta calidad es innata de la persona humana, sin excepción alguna.

La Capacidad de ejercicio es la facultad para ejercer por sí mismo estos derechos o cumplir por sí mismo obligaciones y la poseen todas las personas, con excepción de las señaladas por el artículo 450 del Código Civil, ya sea que tenga una incapacidad natural o legal.

La doctrina, sin embargo reconoce una especie más, que denomina capacidad legal, y que de acuerdo al texto de la Ley Mercantil, es la que nos ocupa para determinar la calidad de comerciante por parte de una persona física.

Se define como la aptitud o potestad que le otorga la Ley a una persona para la realización de ciertos actos. La poseen las personas que una determinada Ley establezca, en nuestro caso hablamos de la Capacidad Legal para ejercer el comercio, determinada por el Código de Comercio.

De acuerdo al artículo 5° del Código de Comercio, toda persona que según las leyes comunes es hábil para contratar y obligarse, y a quien la ley no se lo prohíba expresamente, tendrá capacidad legal para ejercer el comercio.

La capacidad legal para ejercer el comercio, la tendrá entonces quien cumpla con estos dos requisitos establecidos del artículo citado en el párrafo que antecede, y que son:

Que conforme a leyes comunes, sea hábil para contratar y obligarse; que no se traduce en nada más, que el que posea la capacidad de ejercicio; a excepción de algunas singularidades previstas en la propia Ley, como cuando un incapaz recibe una negociación mercantil.

Y Aquellas personas a las que la Ley no se los prohíbe expresamente.

El artículo 12 del Código de Comercio, en sus distintas fracciones nos señala quienes se encuentran imposibilitados para ejercer el comercio. Que son: "los corredores; Los quebrados que no hayan sido rehabilitados y los que por sentencia ejecutoria hayan sido condenados por delitos contra la propiedad, incluyendo en éstos, la falsedad, el peculado, el cohecho y la concusión".

Cabe aclarar que los sujetos antes mencionados no son las únicas personas que se encuentran imposibilitados para ejercer actos de comercio, distintas disposiciones reglamentarias de otras áreas de actividad humana, a su vez imponen prohibiciones para el ejercicio de toda actividad comercial. Como ejemplo de lo anterior tenemos los casos de los Notarios, los Sindicatos, las asociaciones y Sociedades Civiles.

El segundo elemento es el Ejercicio del Comercio en forma ordinaria. En este punto encontramos en la doctrina argumentaciones contrarias, de acuerdo al jurista Rafael de Pina, para que una persona pueda ser calificada como comerciante, es preciso que ejerza el comercio no en forma esporádica o accidental, sino de manera habitual, reiteradamente, haciendo de esa actividad el verdadero ejercicio de una profesión. Esta afirmación nos conduce nuevamente a ligar la figura del comerciante con la de negociación o empresa mercantil, en la que indudablemente el ejercicio del comercio adquiere las características de habitualidad y reiteración señalada.¹³

En un punto de vista opuesto el autor Mantilla Molina, asume una postura menos estricta, al interpretar flexiblemente la Ley y establecer que: "No es

¹³ DE PINA VARA, Rafael.- Derecho Mercantil Mexicano. Editorial Porrúa. 28ª edición. México. 2002. Op Cit. Pág. 50

necesario para que ésta exista, que absorba por completo la actividad del individuo o que consagre a ella, todo su patrimonio. Ni siquiera se exige para adquirir la calidad de comerciante que la ocupación en el comercio sea la principal. Basta ocuparse en él de manera accesoria, con tal que sea ordinaria; basta dedicar a especular mercantilmente una parte, cualquiera que sea, del patrimonio, para que se cumpla el requisito de la ocupación ordinaria en el comercio; es suficiente, en una palabra, la reiteración de actos mercantiles aptos para conferir la calidad de comerciantes.”¹⁴

Ante esta pugna y dada la naturaleza de la propuesta que realizo, así como la investigación realizada entorno a la Empresa y las figuras afines a la misma, estoy de acuerdo con la postura adoptada por el maestro Rafael de Pina, al considerarla, más adecuada para gestación y consolidación de un verdadero Derecho Empresarial.

1.2.2 COMERCIANTES PERSONAS MORALES.

De la lectura y el análisis del artículo 3º del Código de Comercio, se desprende que conforme al mismo, confiere el carácter de personas morales comerciantes a las sociedades constituidas conforme a las leyes mercantiles; y a las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.

El estudio mediático de la figura de las Sociedades Mercantiles, es el contenido de nuestro siguiente punto, por lo que respecta a los comerciantes personas morales, únicamente resta considerar la argumentación vertida por el jurista Manuel García Rendón, señala que, nuestro derecho administrativo regula y

¹⁴ MANTILLA MOLINA, Roberto L.- Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. 24ª edición. México 1985. Pp. 97-98.

tipifica otras personas morales, como los organismos públicos descentralizados y las sociedades nacionales de crédito, que sin ser sociedades mercantiles, formalmente, ejercen de, manera habitual, la profesión de comerciantes, habida cuenta de que los fines que persiguen son de lucro.¹⁵

Ante esta interrogante, considero prudente analizar la figura del comerciante para determinar si estas instituciones pueden o no considerarse como tales de acuerdo a nuestra ley. Lo que es claro es que tales nociones, se entienden y se encuentran perfectamente delimitadas en el ámbito empresarial, situación que da pie a considerar válidamente la consolidación del Derecho Empresarial.

1.3 LAS SOCIEDADES MERCANTILES.

Es innegable e indudable que hoy en día las empresas más importantes se constituyen y organizan bajo la forma de sociedades mercantiles. El empresario colectivo ha venido desplazando gradualmente al comerciante individual. Sin embargo el ejercicio de la actividad mercantil a gran escala, requiere de recursos considerables e implica riesgos cada vez mayores, es por ello, que se vuelve necesario una forma de organización adecuada y casi perfecta, como lo es la social. Lo cual explica la importancia actual de las sociedades mercantiles, sobre todo de ciertos tipos, en los que se busca, además, la limitación de responsabilidad o la rápida y fácil transmisión de las participaciones sociales.

Además la Ley exige la constitución como sociedad mercantil, para por lo menos intentar participar en la economía moderna, es indispensable pues para el desempeño de ciertas actividades, así tenemos, que las Organizaciones Auxiliares del Crédito, las instituciones de seguros, entre otras, deben constituirse como sociedades anónimas.

¹⁵ Cfr. GARCÍA RENDÓN, Manuel.- Sociedades Mercantiles. Editorial Harla. México 1993. Pág. 9.

La doctrina ha definido a la sociedad mercantil de modos muy distintos. Garrigues, en relación al concepto de compañía comercial en España nos indica: "El contrato de compañía, por el cual dos o más personas se obligan a poner en un fondo común bienes, o industria de alguna clase..."¹⁶

Uria, considera que la sociedad mercantil es la asociación de personas que crean un fondo patrimonial común para colaborar en la explotación de una empresa, con ánimo de obtener un beneficio individual participando en el reparto de las ganancias que se obtengan. En esta definición observamos nuevamente el elemento empresa, que es poco entendido en nuestro país al no ser objeto de legislación alguna.

Francesco Ferrara nos dice que son "Entes ideales que sirven como formas jurídicas de unificación y concentración de derechos, obligaciones y potestades para procurar intereses humanos."

Por su parte el maestro García Rendón nos dice, que en términos generales, la sociedad puede ser definida como una agrupación de personas, permanente o transitoria, voluntaria u obligatoria, la cual se organiza para aportar bienes o servicios destinados a la realización de un bien común y a la que el derecho atribuye o niega personalidad jurídica.¹⁷ Esta definición acertada se ajusta nuevamente a lo que establece nuestra Ley Mercantil, y a nuestro criterio nos parece suficiente para describir esta institución.

Se ha discutido largo tiempo por la doctrina, la naturaleza del acto constitutivo de la sociedad mercantil. En este sentido nuestra legislación es clara al establecer que la sociedad mercantil surge a la vida jurídica como consecuencia

¹⁶ GARRIGUES, Joaquín.- Curso de Derecho Mercantil. 1er Curso. Editorial Porrúa. 9ª edición. México. 1998. Pág. 309.

¹⁷ Ibidem, Pág. 3.

de un contrato, al que hace referencia nuestra Ley General de Sociedades Mercantiles, bajo los conceptos de "contrato de sociedad" o "contrato social".

En suplencia de las leyes mercantiles al no definir el contrato de sociedad y por cuestiones de práctica es necesario remitirnos a las leyes civiles. Así pues, el Código Civil vigente para el Distrito Federal, en su artículo 2688, establece que: "Por el contrato de sociedad, los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos o sus esfuerzos para la realización de un bien común de carácter preponderantemente económico, pero que no constituya una especulación mercantil

El maestro Joaquín Rodríguez, nos ilustra al señalarnos las características de este tipo de contrato, al que denomina *sui generis*, y que posee cualidades propias que lo distinguen de cualquier otro contrato, y que a su criterio son: que determina el nacimiento de una persona jurídica; supone una serie de vínculos jurídicos permanentes, que no se extinguen por el cumplimiento, sino que por el contrario, son condición previa para el funcionamiento del contrato como tal; en este tipo de contratos, los intereses, contrapuestos o no, están coordinados para el cumplimiento de un fin común; se considera como normal la inclusión de nuevos socios o la sustitución de los existentes; así como la posibilidad de modificación de todas las cláusulas por decisión de la mayoría.¹⁸

1.3.1 EVOLUCIÓN DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES

Si bien los antiguos no conocieron las organizaciones societarias en el orden que existen en la actualidad, en cambio ensayaron otras muchas formas de colaboración social: como la familia, organizaciones diversas en lo político, de carácter artístico, deportivo, militar y particularmente religioso. Desde que los

¹⁸RODRIGUEZ RODRIGUEZ, Joaquín.- Tratado De Sociedades Mercantiles Tomo I. Editorial Porrúa. México 1959. Pág. 14.

hombres adquirieron el concepto de la vida en sociedad, no se ha dejado de acudir a la reunión y a la asociación, pero las formas concretas específicas a que corresponde la noción de sociedad mercantil son figuras más o menos modernas.

En la antigüedad las sociedades fueron tan desconocidas como innecesarias y desde luego también su régimen jurídico puesto que la noción del derecho comercial como conjunto de reglas que norman la actividad comercial, como ya se estableció, apenas se puede fijar en sus orígenes sino hasta la edad media.

Aun cuando no pretendemos realizar un análisis histórico exhaustivo en torno a la historia de las sociedades mercantiles no podemos dejar de mencionar las antiguas figuras que se dieron en los pueblos griego y romano, que sientan un precedente para nuestra actual figura. En este orden de ideas, de acuerdo a los historiadores tenemos que en Grecia encontramos una corriente incipiente hacia esta actividad, en la formación de las "Eranas", nombre dado a la sociedad de socorros, cuyos miembros eran los "Eranistas"; pero donde encontramos ya más definida la tendencia a la asociación como organización de esfuerzos, aún sin un concepto, general de un patrimonio social distinto del de los socios y administrado por alguno o todos los asociados.

En Roma, por su parte, se conocieron las sociedades de publicanos, las societates vectigalium y con las argentarii (sociedades de banqueros), origen remoto de las sociedades modernas, aunque sólo como forma incipiente, apenas perceptible y bien lejanas de lo que hoy es una sociedad de comercio.

El comerciante con sus actividades impuso una realidad cada día mas patente, necesitaba organizar sus capitales para emprender proyectos económicos más fuertes y emprendedores. Es así como aparecen las empresas mercantiles en el comercio y en forma paralela a los comerciantes individuales, a través de tales

sociedades mercantiles, los capitales se reorganizan e inyectan una dinámica en la economía y política de los países.

Como primera etapa, las sociedades mercantiles se caracterizaban por su carácter ocasional y transitorio. Se constituyen para la realización de un fin concreto y determinado y que debe realizarse en un plazo breve.

Todas las sociedades ocasionales, parten del tipo latino de la commenda, contrato cuya esencia consiste en el encargo dado por el commendator al tractator para que éste opere con el dinero o las mercancías que aquél le proporciona.

En una segunda etapa, se encuentran las sociedades de tipo permanente, que se estructuran en dos formas que se mantienen hasta nuestros días: la sociedad colectiva y la sociedad en comandita, esta última, más en teoría que en práctica.

La sociedad colectiva, creada alrededor del siglo XII, es una sociedad de origen familiar, resultado de la transformación de las empresas artesanales individuales en sociedades basadas en el trabajo de los integrantes del núcleo familiar (hijos, cónyuge, hermanos...etc. del artesano) o de la cooperación de los antiguos oficiales ascendidos o maestros.

De la ya vista y antigua commenda se derivan la sociedad en comandita típica y la asociación en participación.

En el intervalo de los siglos XVII a XIX, surgen y se perfeccionan las sociedades de capital. Esta tercera etapa es trascendental en la madurez y plenitud de las sociedades mercantiles.

Para finalizar, durante el trayecto del siglo XX, las características económicas y jurídicas de las empresas mercantiles sufren significativas alteraciones en su composición tradicional y conservadora, como resultado de un doble fenómeno económico: las grandes concentraciones industriales y la aparición de las sociedades de economía mixta, como formas de la actuación del Estado en el campo de las actividades de comercio.

Los distintos tipos de sociedades que encuentran su fundamento en el Código Napoleónico, se reducen a tres, las mismas, que son asimiladas por el Código de Comercio español de 1829 y posteriormente en el Código de Comercio mexicano de 1854. Se trata de las sociedades colectiva, en comandita y anónima.

Estas tres formas de empresa tienen, como acabamos de ver, tres distintos orígenes, ya que nacen en distintos lugares y etapas históricas, sin conexión entre sí.

La sociedad colectiva y la sociedad en comandita son las formas más antiguas de las sociedades mercantiles, manifestando la primera una estructura en la que todos los socios sin distinción, son ilimitadamente responsables de las consecuencias de la gestión social.

La sociedad en comandita, por el contrario, presenta como nota básica y esencial la dispar posición jurídica de sus socios, divididos en dos categorías, de los cuales unos responden ilimitadamente por las deudas sociales (socios colectivos, también llamados comanditados o gestores) en tanto que otros limitan su responsabilidad al importe de las aportaciones efectuadas.

La sociedad anónima, es la forma que representa al capitalismo por excelencia, el instrumento más ajustado a las necesidades del capitalismo en su

origen y en su apogeo, ya que la sociedad anónima describe un campo que coincide en su totalidad con la del desarrollo y evolución del moderno capitalista.

Sin embargo, estas formas clásicas de sociedad mercantil han llegado a ser insuficientes para atender todas las necesidades de la economía contemporánea.

Por un lado, surgen nuevas formas sociales en las que se trata de combinar la estructura personal de la sociedad colectiva con los principios de la sociedad anónima. Así, vemos nacer la sociedad en comandita por acciones y la sociedad de responsabilidad limitada, ambos productos de la reflexión legislativa y no en formas espontáneas de organización.

Por otro lado encontramos la tendencia a utilizar las formas de sociedad mercantil, en particular la de responsabilidad limitada y la anónima, como simples estructuras de limitación de responsabilidad y no como formas de organización colectiva, es decir, se propugna la admisión de sociedades de un sólo socio, esto es, de sociedades unipersonales, que no son sociedades propiamente.

En otro aspecto, la sociedad anónima ha sufrido una profunda crisis en cuanto a su toma de decisiones mayoritarias y de supremacía de su asamblea general. La filosofía del nacional—socialismo y de sus variantes italiana y española ha divulgado la introducción del principio de la jefatura en la sociedad anónima, haciendo prevalecer la voluntad de un jefe, desconectado de la influencia de los socios, para atender únicamente el desarrollo de la empresa al servicio de la colectividad.

Se ha intentado corregir los vicios que la experiencia había demostrado en el funcionamiento de las sociedades anónimas, racionalizando las funciones de sus órganos (acciones de voto limitado, dividendos preferentes, reglamentación

imperativa por la Ley, supresión del libertinaje contractual, mantenimiento de los derechos económicos de las accionistas, vigilancia estatal, etc.)

Por último, debe señalarse la aparición de formas asociativas que rompen con los moldes clásicos y que se sitúan por encima de los límites habituales del derecho mercantil; como son las grandes combinaciones económicas, Trust, Korzen, Kartelle, etc. , cuya ordenación jurídica se encuadra en el llamado derecho económico.

Desgraciadamente no existen los suficientes datos para determinar la fecha de aparición de las primeras sociedades anónimas en Nuestro país.

En las ordenanzas de las minas, el título XI está dedicado a las minas de compañía. En el artículo 3o de dicho capítulo se dice que “el estilo acostumbrado en Nueva España de entender imaginariamente dividida una mina en 24 partes iguales, que llaman barras, subdividiendo también cada una de ellas en las partes menores convenientes, se ha de continuar y observar sin novedad como hasta aquí”.

Cada barra daba derecho a un voto, pero si uno sólo era dueño de dos o más barras, su voto valía siempre por unos menos que la mitad, por lo que encontramos aquí el antecedente de las acciones de voto limitado.

La libertad de cesión en el artículo 10, “cada uno de los dos ha de quedar en libertad de venderla a cualquier tercero, con sólo derecho en el compañero de ser preferido por el tanto”. La sociedad continuaba, a pesar de la muerte de un socio, estando obligados los herederos a seguir en ella, pero con el libre arbitrio de vender su parte.

Esta información demuestra que antes de 1779 era práctica general la existencia de sociedades con acciones en la forma primitiva de las barras.

Más o menos en la misma época, se planeó en Alicante una sociedad anónima para operar en la Nueva España, con un capital dividido en 400 acciones de 300 pesos de 128 cuartos cada una, que habían de pagarse en géneros y frutos. Estas acciones eran papeles comerciales y tendrían facultad sus propietarios para negociarlas y transportarlas a favor de los mismos naturales de estos reinos en el modo y forma que más les convenga, sin que haya embarazo ni impedimento alguno.

Las ordenanzas de Bilbao no conocían más formas de sociedad que la colectiva y en comandita. Su capítulo X se dedicaba a las compañías de comercio y a las calidades y circunstancias en que deberán hacerse, y en él se esbozan rudimentariamente las dos formas tradicionales de sociedad mercantil.

En el Código de Comercio de 1854 ya se reconocían tres géneros de compañías de comercio, la sociedad colectiva; 2a, la sociedad en comandita; 3a, la sociedad anónima.

Las mismas tres formas de sociedad encontramos en el Código de Comercio Mexicano de 1884, en el que, además, hallamos las llamadas compañías de capital variable y las de responsabilidad limitada, al tiempo que la sociedad en comandita se desprenden en la forma simple y en la forma compuesta o por acciones.

Las sociedades de capital variable son una modalidad de la anónima y de la sociedad en comandita compuesta, con las mismas características que las sociedades de capital variable en la Ley General de Sociedades Mercantiles; pero, en cambio, las sociedades de responsabilidad limitada, no son más que sociedades

anónimas de fundación sucesiva, semejantes a las private company del derecho inglés.

En el Código de Comercio de 1889, se encontraban reguladas cinco formas de sociedad mercantil: la sociedad de nombre colectivo, la sociedad en comandita simple, la sociedad anónima, la sociedad en comandita por acciones y la sociedad cooperativa. La sociedad limitada del Código anterior se transforma en la sociedad anónima de fundación sucesiva, en tanto que se suprimen las sociedades de capital variable.

Para finalizar en la Ley General de Sociedades Mercantiles de 1934, se incluyen estas mismas cinco formas y se reconoce, la sociedad de responsabilidad limitada moderna.

Estas seis formas de sociedades son limitativas, según lo declara la exposición de motivos de la misma Ley, de manera que cualquier sociedad mercantil tiene que adoptar necesariamente una de estas formas, al mismo tiempo que es necesario respetar las líneas directrices e imperativas con las que el legislador ha dibujado estos modelos de organización jurídico—mercantil.

1.3.2 LAS SOCIEDADES MERCANTILES EN EL SISTEMA JURÍDICO MEXICANO.

1.3.2.1 FUNDAMENTO LEGAL

Al pretender establecer el fundamento legal de una institución, es menester referirnos en primera instancia a la fuente de toda nuestra legislación, La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la cual es su artículo 9º establece el fundamento para la constitución, organización y funcionamiento de

las sociedades mercantiles, así como cualquier otro tipo de asociación de derecho privado, el cual consagra el derecho a la libertad de asociación.

Al atribuirles el derecho mexicano, la calidad de comerciantes, las sociedades mercantiles se encuentran regidas bajo los ordenamientos nacionales en materia mercantil. Todos ellos de carácter federal, al ser facultad exclusiva del Congreso de la Unión, de acuerdo a la fracción X, del artículo 73 Constitucional, el legislar en toda la República en materia de comercio.

Entre las principales Leyes especiales a las que se encuentran sometidas las sociedades mercantiles o en relación directa con las mismas, se encuentran las siguientes:

- a) Código de Comercio.
- b) Ley General de Sociedades Mercantiles.
- c) Ley General de Sociedades Cooperativas.
- d) Ley para promover la Inversión Extranjera.
- e) Ley de Concursos Mercantiles.
- f) Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.
- g) Ley de Inversión Extranjera.
- h) Ley de Vías Generales de Comunicación.
- i) Ley de Navegación.
- j) Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas y de Seguros.
- k) Ley para regular las Sociedades de Información Crediticia.
- l) Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada de Interés Público.
- m) Ley de Sociedades de Solidaridad Social.

1.3.2.2 CLASIFICACIÓN DE LAS SOCIEDADES.

Según la Ley General de Sociedades Mercantiles en su artículo 1º, nuestro derecho mercantil reconoce las siguientes clases de sociedades mercantiles:

- a) Sociedad en nombre colectivo.
- b) Sociedad en comandita simple.
- c) Sociedad de responsabilidad limitada.
- d) Sociedad anónima.
- e) Sociedad en comandita por acciones.
- f) Sociedad cooperativa.

De acuerdo al maestro Barrera Graf¹⁹, el listado de sociedades que establece el artículo 1o de la citada Ley, es insuficiente de acuerdo a nuestro sistema jurídico, ya que esta clasificación legal no incluye, entre otras, a las sociedades nacionales de crédito, ni a las sociedades de responsabilidad limitada de interés público, que son evidentemente mercantiles, a pesar de que se rigen por su legislación especial, y en cambio comprende a la sociedad cooperativa, cuyos fines económicos, parecen no justificar su carácter mercantil.

Sin embargo, y como ya se estableció en el punto anterior y de acuerdo a la exposición de motivos de la multicitada ley, "la enumeración de la (misma) Ley no tiene el carácter de enunciativa, sino precisamente de limitativa y (que) para asegurar la vigencia del sistema, el proyecto adopta un criterio rigurosamente formal en lo que toca a la determinación del carácter mercantil de las sociedades." A pesar, de que, como ya se dijo, existen otras especies de sociedades establecidas en leyes especiales.

¹⁹ BARRERA GRAF, Jorge.- Instituciones de Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México, 1999. Pp. 251-252.

La doctrina mexicana ha buscado justificación a la limitación establecida en la Ley General de Sociedades Mercantiles, y por tal motivo el maestro Barrera Graf señala que la limitación en cuestión se pretende basar en notas y características de las sociedades que deben estar reservadas al ordenamiento y excluidas, por ende, de las esferas de atribución de los particulares, y que son:

- El otorgamiento de la personalidad jurídica;
- La estructura y la amplitud de la administración de la sociedad;
- La limitación de la responsabilidad de los socios por las deudas sociales en los distintos tipos de sociedades, y;
- El hecho de que la sociedad, a diferencia de otros negocios jurídicos no sólo tiene eficacia entre las partes, sino también frente a terceros

Manifiesta también, que aisladamente ninguna de estas notas o características es suficiente para justificar la necesaria tipicidad de las sociedades, pero que su consideración conjunta, sí nos llevaría a afirmar que los particulares no gozan de libertad para constituir tipos de sociedades diferentes de los específicamente reglamentados por la propia Ley, así como en otras leyes especiales de la materia.

Además de los establecidos en el artículo 1º de la Ley General de Sociedades Mercantiles, existen otros tipos de sociedades, como las sociedades nacionales de crédito, las sociedades de solidaridad social, las sociedades de producción rural, sin embargo su análisis, rebasa los parámetros de nuestra investigación, por lo que sólo nos conminaremos al estudio de las sociedades establecidas en la mencionada Ley, más específicamente de las dos que se convierten en nuestro objeto de estudio posteriormente, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad anónima.

CAPITULO 2
LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO

2.1 LA EMPRESA

2.1.1 CONCEPTO DE EMPRESA

2.1.2 CARÁCTER MERCANTIL DE LA EMPRESA

2.1.3 REGULACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

2.1.4 ELEMENTOS DE LA EMPRESA

2.1.4.1 ELEMENTOS SUBJETIVOS

2.1.4.2 ELEMENTOS OBJETIVOS

2.2. EI EMPRESARIO

2.2.1 CONCEPTO DE EMPRESARIO.

2.2. 2 TIPOS DE EMPRESARIO

2.2.2.1 EL EMPRESARIO INDIVIDUAL

2.2.2.2 EL EMPRESARIO COLECTIVO

2.2.2.3. EMPRESARIO PÚBLICO

2.2.2.4 EL EMPRESARIO PRIVADO

2.3 EL PERSONAL

2.4 LA HACIENDA O FONDO DE COMERCIO

2.4.1 CONCEPTO DE HACIENDA

2.4.2 COMPOSICIÓN DE LA HACIENDA

2.4.2.1 BIENES MATERIALES

2.4.2.2 BIENES INMATERIALES

2.4.2.3 RELACIONES JURÍDICAS

2.1 LA EMPRESA.

Es la empresa una institución de tipo eminentemente económico que ha sido trasplantada al derecho. Por empresa entendemos la organización de una actividad económica que se dirige a la producción o al intercambio de bienes o de servicios para el mercado. Se trata de una labor de organización realizada por el titular, o sea, el empresario, sobre el personal de la negociación y sobre el conjunto de bienes, derechos y relaciones atribuidos a esta.

Dentro del ámbito del análisis de la empresa, ésta no ha de entenderse solo en el sentido de entidad jurídica. También la utilizamos en el sentido de unidad de explotación, dentro de una empresa, de sección homogénea de costes, dentro de una fábrica, etc.

El dato fundamental de la empresa está, constituido por la organización del empresario, que también se manifiesta en las tareas de coordinación que realiza sobre el personal y los bienes de la empresa.

Hoy en día el derecho mercantil tiende a dejar a un lado la consideración del acto de comercio, esto con la finalidad de regular preferentemente las actividades realizadas por *la empresa*. Esto es debido a que al Derecho mercantil ya no sólo le interesa la celebración de un acto aislado sino la ejecución reiterada de una serie de actos semejantes, que traen como consecuencia la profesionalización y la especialización del empresario, como titular de una negociación de una empresa.

Sin embargo esta tendencia subjetiva no constituye un retorno al concepto tradicional del derecho mercantil, que se basaba en la actividad realizada por los comerciantes matriculados, independientemente de que ellos fueran titulares de una empresa o se dedicaran a la ejecución de actos de comercio ocasionales o aislados, por lo contrario, sabemos que el derecho mercantil actual sí reglamenta la actividad del empresario, que también es un comerciante, pero lo hace en función de la negociación que él organiza y dirige, la cual necesita la protección del derecho.

El reconocimiento de la empresa como elemento fundamental del derecho mercantil, se realiza bajo la influencia decisiva que la misma ejerce en la economía contemporánea, esto es debido a que el sistema bajo el cual vivimos es un sistema globalizado de empresas que va desplazando poco a poco a las pequeñas negociaciones, a los talleres y a los pequeños comerciantes.

El éxito que ha tenido la actividad industrial sólo puede obtenerse mediante una gran producción que al tener métodos de fabricación uniformes, al organizar bien las máquinas y por supuesto, especializar al obrero, permita a la empresa competir con la pequeña negociación

Es bien sabido que hoy en día en los países altamente industrializados, las grandes empresas desplazan a la pequeña industria están luchando por adueñarse de los mercados nacionales e internacionales, mediante todos los procedimientos económicos existentes. Sin embargo este fenómeno no es algo nuevo, en virtud de que desde mediados del siglo pasado había sido contemplado por Marx con bastante claridad y es evidente que cada vez se repite más este fenómeno.

En México se desarrolla una situación diferente, la gran empresa vive aún al lado de la pequeña y no ha conseguido desplazar a la artesanía ni al pequeño comerciante, es por esto que la tendencia del derecho comercial a reglamentar y

proteger la empresa, ha coincidido con el respeto a la actividad comercial tradicional, con el reconocimiento del acto aislado de comercio y por supuesto, con la protección de las pequeñas empresas.

La descripción y caracterización que hoy en día se da a la empresa es insuficiente, esto en virtud del gran desarrollo industrial alcanzado no sólo a nivel mundial sino también en nuestro país aún con que sabemos, que predominan las pequeñas y medianas negociaciones.

Con el desarrollo industrial que alcanzaron los países europeos surgió la gran empresa, con características como la producción a gran escala, dominando los mercados nacionales e internacionales y además con una tendencia a la concentración y al monopolio que hicieron que se impusiera a la consideración de la economía y el derecho.

La actuación de las poderosas negociaciones industriales y comerciales, para la satisfacción de un mercado siempre creciente, la protección que el derecho debe otorgar a la acción legítima del empresario, a las personas que trabajan en la negociación, así como a ciertos bienes, relaciones y derechos nacidos de la explotación de la empresa, la imperiosa necesidad de proveer a la conservación y sobre todo al nacimiento de la negociación en beneficio de toda la colectividad, son lo que han impuesto normas e instituciones jurídicas nuevas y desconocidas para el derecho mercantil, mismas que son dignas de estudiarse y que además de dar pie al nacimiento de un nuevo derecho mercantil, dan pie a una nueva disciplina que es el Derecho Industrial.

La empresa también se ha desarrollado no sólo en los países más evolucionados, sino también en los que cuentan con una situación económica menos favorable, esto es debido a que la característica económica fundamental de la negociación, la producción en masa han hecho que la empresa sea una

Institución, irremplazable por ser la única que ha logrado satisfacer las necesidades colectivas contemporáneas a través de la producción múltiple de artículos necesarios nuevos y además accesibles para le gente.

2.1.1 CONCEPTO DE EMPRESA

La palabra empresa, según el Diccionario de la Academia de la Lengua, procede del latín *inprehensa*, que quiere decir cogida o tomada, y da dos acepciones que se aplican al concepto jurídico: "Casa o sociedad mercantil o industrial fundada para emprender o llevar a cabo..." negocios o proyectos de importancia." "Obra o designio llevado a efecto, en especial cuando en el intervienen varias personas. "

Para la autora Elvia Arcelia Quintana Adriano, que considera la empresa como el eje sobre el que gira todo el mecanismo económico—jurídico²⁰, la empresa es "Una Unidad de control y decisión; es una combinación de factores fijos que determinan su existencia; es un ingenio que supera el mecanismo de precios en donde las decisiones y transacciones están coordinados por un individuo o grupo."²¹

En cuanto a la primera acepción, el concepto jurídico de la empresa en efecto se refiere a la "casa o fondo de comercio"; aspecto patrimonial que se relaciona con la expresión francesa *fond de commerce*, y que entre nosotros, siempre, según aquel Diccionario, quiere decir (fondo) el "caudal o conjunto de bienes de una persona o comunidad" que se establece para realizar negocios; es decir, la actividad del fundador (empresario o titular de la empresa) que se desenvuelve con una cierta finalidad (producir para el mercado), que es a lo que

²⁰ QUINTANA ADRIANO, Elvia Arcelia.- Ob. Cit. Pág. 335.

²¹ *Ibidem*. Pp. 336 y 337.

se refiere la otra acepción del Diccionario: una obra o un diseño del dueño de la empresa.

Sin embargo la empresa, como figura jurídica es un concepto problemático, nuestra Legislación hace poca referencia a la misma, sólo algunos cuantos ordenamientos hace mención de ésta; nuestro Código de Comercio, la ley más importante en nuestra materia, a pesar de hacer mención en muchos artículos de esta Institución, no se preocupa por definirla, mucho menos regularla.

En Chile, el Código del Trabajo, en su artículo tercero define empresa como: "Toda organización de medios personales, materiales e inmateriales, ordenados bajo una dirección, para el logro de fines económicos, sociales, culturales o benéficos, dotada de una individualidad legal determinada."

Algunos autores consideran incluso, que es imposible definir a la empresa como unidad económica jurídicamente. Barrera Graf, señala que "la empresa o negociación mercantil es una figura de índole económica cuya naturaleza intrínseca escapa al derecho. Su carácter complejo y proteico la presencia en ella de elementos dispares, distintos entre sí, personales unos objetivos otros patrimoniales como son su titular hace de la empresa una institución imposible de definir desde el punto de vista jurídico".²²

Es la empresa una institución de tipo eminentemente económico que ha sido trasplantada al derecho, por tanto, a falta de una concepción jurídica positiva, de aplicación general, debemos partir del concepto económico de empresa para tratar de alcanzar una definición jurídica de la misma. Así tenemos que la empresa es "la organización de factores de la producción (capital, naturaleza y trabajo) con el fin de obtener una ganancia ilimitada."²³

²² BARRERA GRAF, Op. Cit. Pág 81

²³ GARRIGUES, Op. Cit. Pág. 162.

De esta definición podemos señalar que los elementos constitutivos de la empresa están íntimamente unidos y ligados por un fin común, el cual es obtener la mayor ganancia posible. Si bien en el ámbito económico es fácil observar una unidad entre los elementos que conforman la empresa, desde la perspectiva del derecho dichos bienes no son regulados como unidad, sino que por el contrario, cada uno de dichos bienes están sujetos a un régimen jurídico propio.

Se han creado diversas teorías que tratan de justificar el concepto jurídico de empresa, entre las cuales destacan las siguientes:

1) La Empresa como persona jurídica.

Esta teoría sostenida por Endemann²⁴, nos dice que el elemento unificador de la empresa, por excelencia es la personalidad jurídica, ya que tiene una vida autónoma y puede ser sujeto de derechos y obligaciones.

Sin embargo, pierde su eficacia, dado que, desde la perspectiva del derecho, quien es titular de derechos y obligaciones no es la empresa como tal, sino el empresario, ya sea individual o colectivo.

2) La Empresa como patrimonio separado.

Esta postura, parte de la base de que en la práctica los elementos de la empresa constituyen una unidad, por lo cual en el derecho dicha unidad debe permanecer, lo que se da por medio de las teorías del patrimonio de afectación y del patrimonio separado, que conceden al patrimonio de la empresa una autonomía frente al patrimonio civil.

²⁴ Cit Por Ibidem Pág. 165

Los críticos de esta teoría, argumentan, que sus fundamentos no son válidos, toda vez que el patrimonio mercantil no es jurídicamente un patrimonio autónomo, ya que no existe la separación de responsabilidad, por ejemplo, los acreedores de una empresa concurrir en igualdad de condiciones, ya sean de carácter civil o mercantil. El comerciante puede tener varios negocios, y los acreedores de un negocio determinado pueden dirigirse indistintamente contra cualquiera de ellos y por último sostienen que en caso de muerte del comerciante se confunde en una sola herencia el patrimonio civil y mercantil.

3) La empresa como una universalidad.

Esta corriente se fundamenta en la gama de elementos que componen la empresa, que no estando ligados materialmente, requieren de un tratamiento jurídico unitario. Y se apoya en la circunstancia de que ésta puede permanecer en el tiempo a pesar del cambio de sus componentes, sean mercaderías, clientes o trabajadores.

Esta teoría encuentra sus principales detractores en el sentido de que el objeto inmediato de las relaciones jurídicas no es la universalidad como tal, sino los elementos que integran la empresa. No se vende la empresa como tal en un solo acto, sino que se venden los muebles y los inmuebles según su propio estatuto.²⁵

4) La Empresa como actividad.

Desde su perspectiva, se distingue por una parte el concepto de empresa, entendiéndolo por ella "la actividad económica del empresario."²⁶ Y por la otra el

²⁵ ARTEAGA ECHEVERRÍA, Ignacio.- En Busca del Concepto Jurídico de Empresa. Revista Chilena de Derecho. Volumen 29. Número 3. Chile. Octubre de 2001. Pág. 606.

²⁶ GARRIGUES, Op. Cit. Pág. 167.

concepto de establecimiento, que es "el conjunto de medios instrumentales con los que el empresario realiza su actividad económica."²⁷

Esta teoría es radicalmente distinta a las tres anteriores, por que la empresa ya no es vista como un conjunto de elementos de diversa naturaleza, organizado y unido por un vínculo de finalidad económica, sino que al decir de Uría y Casanova, la empresa es "todo ejercicio profesional de una actividad económica organizada, con la finalidad de actuar en el mercado de bienes y servicios."²⁸

Ésta, encuentra correspondencia en los doctrinarios chilenos, quienes señalan que debemos separar el aspecto subjetivo del aspecto objetivo de la misma:

a) Aspecto subjetivo: La actividad del sujeto organizador: esta noción de actividad corresponde a empresa y la noción de sujeto corresponde al titular de la empresa, quien es el sujeto de derechos y obligaciones.

b) Aspecto Objetivo: conjunto de medios instrumentales organizados por el sujeto organizador para realizar su actividad. Esta noción corresponde al establecimiento de comercio (instrumentos materiales e inmateriales puestos al servicio de la empresa).

El reconocido jurista chileno Ricardo Sandoval López en este mismo tenor, define a la empresa como "el ejercicio profesional de una actividad económica organizada con la finalidad de actuar en el mercado de bienes y servicios."²⁹

De igual forma el profesor Gabriel Palma Rogers señala que esta "supone una serie de actos de cierta importancia repetidos con frecuencia, organizados y

²⁷ ARTEAGA ECHEVERRÍA, Ignacio.- Op. Cit. Pág. 607.

²⁸ GARRIGUES, Op. Cit. Pág. 167.

²⁹ Cit. Por. ARTEAGA ECHEVERRÍA.- Op. Cit. Pág. 610.

coordinados a un mismo fin y que implican intermediación entre productores y consumidores. Como vemos por lo expuesto no constituye empresa un acto aislado, ocasional, sino, una serie de actos sucesivos que indican una organización previa, dirigida a especular en un determinado de negocios³⁰

Diferimos de este concepto de Empresa, ya que a nuestro juicio la actividad del empresario es la que ha creado la empresa, por consiguiente ella es el resultado de aquella actividad.

5) La Empresa como Organización.

Esta teoría sostiene que hay que separar dos conceptos que se confunden en las teorías precedentes:

a) Empresa; la empresa es distinta de los edificios que utiliza, las máquinas, las mercancías y en general todos los bienes patrimoniales puestos al servicio de la explotación. Esto se observa en que:

- Estos elementos cambian, se destruyen y la empresa como tal permanece.
- Generalmente en la enajenación de una empresa, el precio que se paga es superior a la suma del valor de todos los elementos patrimoniales que se transfieren.
- Los elementos patrimoniales no son esenciales ni decisivos en el concepto de empresa, de hecho existen empresas que no los necesitan.

b) Patrimonio de la Empresa; en realidad el patrimonio no pertenece a la empresa, sino al empresario, sea este individual o colectivo, ya que él, es el sujeto de derechos y obligaciones y como vimos, la empresa no constituye una

³⁰ Cit. Por. Idem.

personalidad jurídica ni un patrimonio separado. De acuerdo a esta teoría, los elementos del patrimonio de la empresa, son los siguientes:

- El derecho de dominio sobre los bienes.
- La propiedad Industrial. (derecho sobre marcas, patentes, diseños industriales, etc.)
- Cosas corporales, tales como materia prima, las máquinas destinadas a la fabricación, los bienes producidos, etc.
- Cosas incorpóreas, tales como la clientela
- Las expectativas, entendidas en el sentido económico, no jurídico, esto es, la esperanza de obtener en lo sucesivo ciertos beneficios.

Esta teoría no es asequible al ámbito jurídico, ya que la empresa entendida como una idea organizadora, no puede ser objeto de derecho, ni objeto de tráfico jurídico; en la práctica lo que es objeto de tráfico jurídico son las cosas corporales e incorpóreas en que se ha materializado la idea organizadora.

6) Posición De Joaquín Garrigues.

Garrigues sostiene, que la empresa no es más que "un conjunto organizado de elementos heterogéneos, los cuales no se fundan entre sí perdiendo su individualidad en la nueva entidad, sino al contrario, la conservan y siguen constituyendo objeto de distintos derechos"³¹. La empresa no goza de autonomía jurídica

Este jurista nos dice que "para obtener el concepto de empresa hay que partir de la base de que la empresa es ante todo un círculo de actividades regido

³¹ Ibidem. Pag. 170

por la idea organizadora del empresario, actuando sobre un patrimonio y dando lugar a relaciones jurídicas y a otras de puro hecho".³²

2.1.2 CARÁCTER MERCANTIL DE LA EMPRESA

Para el tratadista Jorge Barrera Graf, la empresa o negociación mercantil es: una figura de índole económica, cuya naturaleza intrínseca escapa al derecho es una figura esencial del nuevo derecho mercantil, que consiste en el conjunto de personas y cosas organizadas por el titular, con el fin de realizar una actividad onerosa, generalmente lucrativa de producción o de intercambio de bienes o de servicios destinados al comercio Se trata en primer lugar, del titular de la negociación y de la organización que impone a ella el empresario; en segundo lugar; de un conjunto organizado de personas y de bienes y derechos e inclusive obligaciones que aquél asume; en tercer lugar, de una actividad de carácter económico (producción y distribución de bienes, prestación de servicios) y en cuarto, que va dirigida o está destinada al mercado, o sea, al público en general.³³

Conforme al criterio de Mantilla Molina, debemos contemplar a la empresa, en razón del ánimo de lucro, porque: "La negociación mercantil es el conjunto de cosas y derechos combinados para obtener u ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente y con propósitos de lucro, es decir, subsiste mientras subsista la combinación de cosas y derechos que la forman y con independencia de la persona que la construyó"³⁴

³² *Ibidem*. Pág. 171

³³ BARRERA GRAF, Jorge.- Temas de Derecho Mercantil. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. México, 1989. Pág. 81.

³⁴ MANTILLA MOLINA, Op. Cit. Pág. 178.

Sin embargo, cabe decir que existen empresas que sin tener el ánimo de lucro, son empresas; tal es el caso de las empresas de carácter público, dado que lo distintivo de la empresa del simple agregado de cosas y derechos, es la aplicación del comerciante y sus auxiliares, en virtud de que es bien sabido que lo que distingue a una empresa de las agregaciones de cosas y derechos es la aplicación del esfuerzo personal del comerciante y de su auxiliares para la obtención de una ganancia.

La empresa es, ante todo, un círculo de actividades dirigidas por una idea; la idea organizadora. La organización es al mismo tiempo presupuesto racional del trabajo de la empresa y resultado de ese mismo trabajo.

“El círculo de actividades, como elemento espiritual de la empresa opera sobre un núcleo de elementos patrimoniales de índole muy variada. Y aunque puede ofrecerse el caso de empresas sin cosas ni derechos subjetivos específicos, no es esto lo normal. Cosas y Derechos por un lado (activo), y obligaciones mercantiles por el otro (pasivo), integran el llamado patrimonio mercantil, el cual no está separado por una línea tajante del resto del patrimonio del titular. No constituye, pues, un verdadero patrimonio separado.”³⁵

Rafael De Pina y Vara, retoma las ideas de Barrera Graf y nos indica: “La empresa es, pues, la organización de una actividad económica que se dirige a la producción o al intercambio de bienes o servicios para el mercado”³⁶

Felipe de J. Tena interpreta a la empresa desde un punto de vista económico, coincidiendo con la aportación que describe de Vivante, ya que el ha hecho suya esta concepción económica y ha declarado comercial a la empresa, por que ha visto en la función del empresario un papel de mediación, que lo coloca

³⁵ GARRIGUES, Joaquín.- Ob.Cit. Pág. 178

³⁶ DE PINA VARA, Rafael, Op. Cit. Pág. 28.

entre una masa de energías productoras (máquinas, operarios, capital) y la masa de consumidores, función que hace de él mismo, aunque no siempre, un comerciante.

Hemos venido manejando la empresa en este punto desde un enfoque mercantilista, sin embargo, conforme a la idea que expone el maestro Acosta Romero, apoyándose en los argumentos del Profesor Joaquín Garrigues, desconoce la tesis de que el Derecho Mercantil sea el Derecho de las empresas, dado que esta, no tiene identidad jurídica propia, ni personalidad jurídica que sea diferente de sus organizaciones; que genera una imprecisión en la noción de la empresa. Apoyando sus asertos, con el criterio deducido por el maestro David Góngora Pimentel, dentro del juicio de amparo número 754/74, promovido por la Asociación Nacional de Actores, en cuyo considerando Tercero textualmente indica: "Porque la empresa no es una persona jurídica. Nuestro Derecho positivo no reconoce este ángulo de la empresa, pues en el artículo 25 del Código Civil para el Distrito Federal no aparece la empresa como persona jurídica a las sociedades, asociaciones o demás personas morales o colectivas reconocida en el Derecho Positivo. Luego entonces, mientras no se cumpla el aspecto formal de reconocimiento legal, no se puede pensar que la empresa sea una persona jurídica colectiva." ³⁷

Ahora bien, es clara la importancia que la empresa tiene en las actividades que desde el enfoque jurídico nacional le son atribuidas, sin embargo, no existe un concepto jurídico general de empresa, porque existen diversos ámbitos bajo los que se puede desarrollo, ya sea la pretensión teleológica que se pretenda lograr con ella o por su vinculación tanto a las sociedades por acciones, o a los agrupamientos que no lo están, como en el derecho de la competencia económica; tributario; de seguridad social; de agrupamientos en cartel.

³⁷ ACOSTA ROMERO, Miguel.- Nuevo Derecho Bancario. Editorial Porrúa. México 2000. Pág. 132.

2.1.3 REGULACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

Para el estudio de este punto, me sirvo citar las diversas disposiciones jurídicas que conceptúan a la empresa, apoyándome en el trabajo efectuado por el Doctor Miguel Acosta Romero, donde cita varios cuerpos legales que nos hablan de un modo u otro del concepto de empresa pero desde una perspectiva individual de cada una de estas, aunque sostiene que el artículo 75, del Código de Comercio, aparece una diversidad de actividades que son atribuidas a la empresa, según se puede apreciar a continuación:

“La Constitución Federal habla de la empresa en el artículo 123, apartado “A”, fracciones IX y XXXI. El Código de Comercio, en su artículo 75, menciona empresas de muy diversas naturaleza, como son de abastecimiento y suministros, de construcciones y trabajos públicos y privados, de fábricas y manufacturas, empresas de transportes de personas y cosas, por tierra y por agua, de turismo, de librerías, editoriales, tipografías, bancarias, etc.”³⁸

Por principio, recapitularemos lo ya expuesto y con apoyo en algunas disposiciones legales que se ocupan de tratar a la empresa de una forma directa o indirecta, como es la parte económica de nuestra Constitución Federal en sus artículos 25, 27,28 y el 123, fracciones IX y XIII, que establecen:

“IX. Los trabajadores tendrán derecho a una participación en las utilidades de las empresas, reguladas conforme en las siguientes normas;

XII. Toda empresa agrícola, industrial, minera o de cualquier otra clase de trabajo, estará obligada, según lo determinen las leyes reglamentarias, a proporcionar a los trabajadores habitaciones cómodas e higiénicas. Esta obligación se cumplirá mediante las aportaciones que las empresas hagan a un fondo

³⁸ Ibidem. Pág. 129

nacional de la Vivienda a fin de construir depósitos a favor de sus trabajadores y establecer un sistema de financiamiento que permita otorgar a estos, crédito barato para que adquieran en propiedad tales habitaciones

XIII. Las empresas, cualquiera que sea su actividad estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo.

XXXI. La aplicación de las leyes del trabajo corresponde a las autoridades de los Estados...

b) Empresas

1. Aquellas que sean administradas en forma directa o descentralizada por el gobierno federal;

2. Aquellas que actúen en virtud de un contrato o concesión Federal y las Instituciones que les sean conexas, y

3. Aquellas que ejecuten trabajos en zonas federales o que se encuentren bajo jurisdicción federal en las aguas territoriales o en las comprendidas en la zona económica exclusiva de la Nación”.

El Artículo 75 del Código de Comercio establece;

“La Ley reputa actos de comercio:

V. Las empresas de abastecimiento y suministros.

VI. Las empresas de construcciones y trabajos públicos y privados.

VII. Las empresas de fábricas y manufacturas.

VIII. Las empresas de transporte de personas o cosas, por tierra o por agua, y las empresas de turismo.

IX. Las librerías y empresas editoriales y tipográficas.

X. Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales y establecimiento de ventas en pública almoneda.

XVI. Los contratos de Seguros de toda especie, siempre que sean hechos por empresas,”

En este punto es importante mencionar que el artículo 2º de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, nos proporciona una definición de empresa, expresando que por la misma debe entenderse: “las personas físicas o morales que realicen actividades comerciales, industriales o de servicios, en uno o varios establecimientos, con exclusión de locatarios de mercados públicos que realicen exclusivamente ventas al menudeo, y personas físicas que efectúen actividades empresariales en puestos fijos o semifijos ubicados en la vía pública, o como vendedores ambulantes”.

En el año de 2002 fue creada la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, que será objeto posterior de debate y análisis, en cuanto a su eficacia y funcionamiento, sin embargo es necesario mencionar que la misma tampoco cuenta con una definición de Empresa, limitándose únicamente a regular aspectos o a tratar de establecer algunas directrices para la integración y funcionamiento de las mismas, que aunque no cumple con los fines que se propone sienta un precedente importante para nuestro trabajo de investigación.

En otra Ley un tanto antigua, la Ley Federal Para El Fomento De La Microindustria Y La Actividad Artesanal Empresas microindustriales, denomina como tales en su artículo 3º, a las unidades económicas que, a través de la organización del trabajo y bienes materiales o incorpóreos de que se sirvan, se dediquen a la transformación de bienes, ocupen directamente hasta quince trabajadores y cuyas ventas anuales estimadas o reales no excedan de los montos que determine la Secretaría, los cuales se publicarán en el Diario oficial (sic) de la Federación.

En otra Ley, ahora de carácter local, la Ley De Fomento Para El Desarrollo Económico Del Distrito Federal, encontramos una definición más somera de la Empresa, como la unidad económica constituida conforme a la legislación vigente, dedicada a la producción de bienes o prestación de servicios.

Tal y como sucede en otros países, nuestra Ley Federal del Trabajo, es quien nos proporciona un concepto más amplio de la Empresa, aún cuando no resulta del todo claro y adecuado para nuestros fines, en su artículo 16, señala: "Para los efectos de las normas de trabajo, se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa."

El precepto 16 del Código Fiscal de la Federación señala:

"Se entenderá por actividades empresariales las siguientes:

Se considera empresa a la persona física o moral que realice las actividades a que se refiere este artículo y por establecimiento se entenderá cualquier lugar de negocios en el que se desarrollen, parcial o totalmente, las citadas actividades empresariales"

La empresa, como hemos establecido con anterioridad, ha estado y está contemplada en un gran número de preceptos legales, en las más diversas materias, y cuando es señalada en dichas leyes, es sólo para el efecto de las mismas y no como un concepto genérico de empresa, válido en todos los sectores del Derecho. Luego entonces, veamos como nos enumera El Doctor Acosta, algunas de esas disposiciones:

La Ley sobre el Contrato de Seguro y la Ley General de Instituciones de Seguros se refieren a empresas aseguradoras.

La Ley General de Instituciones de Crédito y Organizaciones auxiliares regulaba las empresas bancarias.

La Ley Orgánica del Departamento del Distrito Federal (HOY Gobierno del Distrito Federal), se refiere a empresas de servicios públicos.

Ley de Vías Generales de comunicación, habla de empresa de Vías Generales de comunicación y de medios de transporte, de empresas concesionarias y empresas de transporte.

La Ley de cámaras empresariales y sus Confederaciones hablan sobre la existencia de un derecho empresarial, porque le asigna los elementos descritos con anterioridad a dicha Institución. Sin embargo el numeral Segundo de la citada ley proporciona la Definición de empresa en los siguientes términos:

“Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

II. Empresa: Las empresas físicas o morales que realicen actividades comerciales, industriales o de servicios en uno o varios establecimientos, con exclusión de locatarios de mercados públicos que realicen exclusivamente ventas al menudeo, y personas físicas que efectúen actividades empresariales en puestos fijos o semifijos ubicados en la vía pública, o como vendedores ambulantes.”

Por otro lado, algunas actividades lucrativas quedan fuera del contexto de los actos de comercio, puesto que no se genera o se forma el concepto de empresas en ellas, como sucede con la prestación de servicios profesionales y las actividades de artesanos y pequeños comerciantes.

Conforme lo exponen Mantilla Molina y Cervantes Ahumada, las actividades de los médicos, abogados, ingenieros y contadores si bien las efectúan lucrativamente con la ayuda de personal, lo que proporcionan al público son sus servicios profesionales, que forman en cada caso una actividad personal, pero en cuanto los pequeños comerciantes y artesanos, no se les considera como una empresa porque realizan su actividad sin un establecimiento, de manera informal y se les considera trabajadores independientes. Esta distinción es retomada en las palabras de Mantilla Molina cuando señala:

“La negociación mercantil subsiste mientras subsista la combinación de cosas y derechos que la forman y con independencia de la persona que la construyó. Complementariamente, cabe notar que aún cuando el profesionista o el artesano se valga de un personal auxiliar, no es el trabajo de éste el que se ofrece al público, sino el del propio artesano o profesionista; mientras que los servicios que suministran mediante una negociación mercantil tienen siempre un carácter impersonal, abstracto. Cabría decir que son fungibles las personas que los prestan”³⁹

En nuestro país, la empresa mercantil, en la mayor parte de los casos adopta la forma de sociedad anónima. Los problemas que hoy se plantean alrededor de la empresa, no sólo desde el punto de vista jurídico mercantil, sino laboral y administrativo, e incluso social, en el sentido estricto giran casi exclusivamente alrededor de la empresa en forma de sociedad anónima.

En otro orden de ideas y realizando un estudio de Derecho comparado, veamos como en España, se repite constantemente la palabra empresa y es usada como sinónimo de bienes que organiza su titular. En tanto, la gran mayoría de

³⁹ MANTILLA MOLINA, Op Cit. Pág. 98.

legislaciones latinas, siguen a la regulación italiana respecto al concepto de empresa, En efecto, los artículos 2082 y 2083 del Código Civil Italiano, señalan:

“La empresa sería una actividad económica organizada para la producción o el incremento de bienes o servicios, con preponderantemente del trabajo ajeno”.

Como es fácil advertir, lo que se dice de la empresa es que constituye una actividad. Esta remisión a la categoría de las actividades (con lo cual, al parecer, se quiere decir algo más que aludir a una simple sucesión de actos jurídicos) no resulta satisfactoria ni aclaratoria, porque en nuestra dogmática esa categoría no se encuentra desarrollada. Así pues, la figura de la empresa como actividad tienen paradójicamente muy poca importancia a los fines de la técnica legislativa, que se apoya bien en el empresario, entendido como persona física o colectiva jurídica que realiza la empresa bien en la Hacienda, concebida como el patrimonio especial vinculado con el ejercicio de la actividad empresarial. Así lo ve y expresa con claridad Francisco Ferrara cuando dice: “El concepto de empresa no tiene, en realidad relevancia jurídica, y que las figuras en torno a las que se polarizan los efectos jurídicos son; respectivamente, el empresario y la hacienda (patrimonio)”⁴⁰

El derecho reconoce diversas clases de empresas, ya sean de propiedad pública o privada, representada bajo la figura de la sociedad (anónima generalmente) o corporativas, multinacionales, transnacionales, según su actividad o tamaño que representan, pudiendo ser además, micro, pequeña y medianas empresas. Otra división son las empresas agrícolas, comerciales, industriales y de servicios.

Del análisis de las disposiciones enumeradas en este punto, podemos advertir la forma individualizada en como se concibe a la empresa en las distintas

⁴⁰ Cit Por. LE PERA, Sergio.- Cuestiones de Derecho Comercial Moderno, Editorial Astrea. Argentina, 1979. Pág 78.

legislaciones nacionales, carente de un concepto uniforme y sistemático, precisamente porque se adolece de una legislación que de forma unitaria la regule. Igualmente, se constata que dicha normatividad le asigna una serie de derechos y obligaciones a la empresa, como fundamento para evidenciar que hay elementos con los que se puede integrar un derecho empresarial autónomo, porque la empresa se encuentra prevista y regulada aunque sea de un modo particular desde cada ley citada con un conjunto de derechos y obligaciones que informan sobre el cumplimiento parcial, mas no total, del elemento legislativo de su independencia, por lo que no se encuentra satisfecho.

Lo anterior es perfectamente posible y comprensible, al observar que la figura de la empresa como sujeto fundamental del derecho mercantil, tal y como lo tratan las modernas tendencias internacionales, no ha sido asimilada y precisada aún por nuestro sistema jurídico, específicamente en las áreas civil y mercantil, cuyos fundamentos se contraponen a esta noción. La transformación de nuestro derecho mercantil en el derecho de la Empresa y el reconocimiento de una personalidad a la misma cuando no es constituida como una sociedad mercantil, se erigen como los factores que dificultan esta asimilación. Cabe señalar que esta falta de precisión también tuvo lugar en su momento cuando se trató de definir "actividad comercial" a partir de los códigos napoleónicos sin que se llegara a mejores definiciones de las que existen hoy día para la empresa

2.1.4 ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Esta formada por un conjunto de elementos interrelacionados, conforme lo apunta Jorge Barrera Graf; " La empresa es un sistema ... un conjunto de electos

interrelacionados o interdependientes que están representados por recursos Humanos empresario y personal), recursos financieros y materiales (Hacienda)⁴¹

Para Mantilla Molina , la gran empresa esta formada en las siguientes partes: los elementos que constituyen la negociación mercantil que suelen dividirse en incorporeales y corporales. Se menciona entre los primeros: a la clientela y el aviamiento, avío aviamiento, al Derecho de arrendamiento, a la llamada propiedad industrial, (que a su vez comprende una pluralidad de elementos) y a los derechos de autor. Los elementos corporales son: los muebles y enseres, las mercancías y las materias primas.

Hay otros autores que afirman que el empresario se encarga de organizar todos los elementos que componen la empresa, llámense humanos, económicos o patrimoniales, como las relaciones surgidas al realizar la explotación de la empresa con el personal, proveedores, clientela. Adquiriendo suma importancia esta configuración cuando se logra fama y prestigio; se habla entonces de aviamiento.

Podemos sostener que cuando no se definan cuales son los elementos que la componen en un contrato porque forman parte de la empresa, serán los siguientes:

- El establecimiento mercantil.
- La fama mercantil y la clientela.
- El nombre comercial y demás signos distintivos de la empresa y el establecimiento.
- Los contratos de arrendamiento.
- El inmobiliario y la maquinaria.
- Los contratos de trabajo.

⁴¹ BARRERA GRAF.- Op. Cit. Pág. 92

- Las mercancías, créditos y demás bienes y valores similares. Solamente por pacto expreso quedarán comprendidas las patentes de inversión, secretos de fabricación del negocio, las exclusivas y las concesiones.

De todo lo expuesto con anterioridad se puede concluir que tales elementos son parte de la gran empresa porque en dicha forma de organización es donde podemos encontrar el mayor número, debido a su tamaño y la cantidad de actividades y operaciones que se ejecutan.

2.1.4.1 ELEMENTOS SUBJETIVOS.

Esta formado por todas aquellas personas que auxilian al empresario en la organización y desarrollo de los elementos objetivos; conforme lo explicamos en líneas que anteceden y con apoyo en las ideas del maestro Rodríguez y Rodríguez, es además, un centro de integración de actividades personales destinadas a un fin, según vemos en las siguientes palabras:

“La empresa es un centro de integración de actividades personales; un conjunto de personas que colaborando en la consecución de los fines de aquella. La persona es esencial para la existencia de las empresas, porque aunque haya empresas unipersonales, apenas y se concibe una empresa individual o social de mediana importancia, sin un núcleo de personal que le aporte su iniciativa y su fuerza de trabajo. La organización personal de la empresa esta en relación directa con su fuerza, cuanto más se extiende en el espacio y en el tiempo, mas tiene que rodearse de cooperadores activos y fieles.”⁴²

⁴² GUERRERO, Enrique. Manual de relaciones Industriales. Editorial Porrúa. 3ª edición. México, 1980. Pág. 67.

Luego entonces, el titular y el resto de personas que colaboraron con él, constituyen los elementos de carácter subjetivo de la gran empresa; pudiendo ser dependientes e independientes. Los primeros, son aquellos que se encuentran subordinados al empresario, pero realizan su actividad en forma independiente, destacando el llamado Factor y el denominado dependiente de mostrador; empero, Factor es la persona que tiene la dirección de laguna de las unidades en que se organiza la gran empresa o se encuentra autorizada para contratar respecto de todas las operaciones de la negociación mercantil, por cuenta y nombre de sus propios titulares, debiendo tener, capacidad suficiente para obligarse o una autorización por escrito de la persona por cuya cuenta hagan el tráfico, en caso de que el factor adolezca de facultades para negociar a nombre de los principales, responderá en lo personal, salvo el caso de que conforme a los usos o costumbres mercantiles, con actos positivos u omisiones graves, se haya dado a entender que se encontraba facultado. Cuando el Factor contrate sobre objetos comprendido en giro o tráfico en que este encargado, entenderá que lo hace por cuenta del principal o cuando siendo ajeno, actúa por órdenes del principal o hubiesen sido aprobados por este, con actos positivos o expresos.

Los segundos precisados, correspondientes a los auxiliares independientes del empresario, tenemos a los fedatarios públicos, corredores públicos, agentes de bolsa, agentes de comercio y el comisionista. Siendo en términos generales, aquellas personas que no realizan su actividad de manera subordinada al empresario, ni sujetos a un horario como los que hubiese establecido el principal, como sucede con los dependientes.

2.1.4.2 ELEMENTOS OBJETIVOS

Los elementos objetivos son La Hacienda, es decir, son todos aquellos bienes o cosas que conforman el patrimonio de la gran empresa, Esto es, el

conjunto de efectos dispuestos para la realización de su finalidad, como son los bienes corpóreos e incorpóreos.

CORPÓREOS

Son todos aquellos bienes tangibles materiales o corporales, Los bienes corpóreos forman cuatro categorías:

- El material.- el material del negocio (cosas muebles que por lo general no son mercancías y no están destinadas a la venta, si no que se utilizan por el comerciante de un modo accesorio en la explotación material de oficina, elementos del transporte, etc.)
- Las mercaderías.- el dinero.
- El utillaje (máquinas destinadas a la fabricación o transformación de los productos)
- Los inmuebles.- Cuyo valor depende de la explotación de la empresa.

Incorporales.

Son aquellos bienes intangibles que, por lo general no se encuentran en los estados financieros, como la propiedad industrial; dentro de la que encontramos al nombre comercial; constituido por los emblemas, logotipos distintivos del nombre comercial, productos y servicios, así como a las marcas industriales y comerciales de estos, sin embargo para entender correctamente este concepto , podemos decir que el nombre comercial en ocasiones es de pura fantasía (el unicornio); en otras alude más o menos claramente al tráfico propio de la negociación (El sastre fino, el mueble perfecto); sin que sea raro que incluya el apellido, o quizá el nombre o el apodo o el propietario (Papelería Molina, Tamales Oscar, Tienda del Negro), o que se forme sólo con el nombre del propietario, lo cual es regla a la que se dan pocas excepciones cuando dueña de la negociación de una sociedad con

denominación social (Fábricas de Francia), pero que por el contrario, es excepción muy rara cuando la propiedad de la negociación es de un individuo (Antonio Rojas).

Así mismo, los artículos 105 y 11 de la Ley de la Propiedad Industrial son los encargados de al protección del nombre comercial de la gran empresa; mientras que los artículos 10, 28, 32, de la Ley mencionada, se refieren a las denominaciones de emblemas, muestras o logotipos, junto con el 131 de la Ley sobre derechos de autor.

Ahora bien, otro punto que resulta importante comentar son las marcas, puesto que son los signos distintivos de los productos y servicios que genera una empresa respecto de cualquier otro que genere otra negociación mercantil,

Para la identificación de las mercancías se utilizan marcas, signo opuesto sobre ellas o sus envolturas, y que pueden consistir en el mismo nombre del comerciante o de la negociación o en su símbolo o en un dibujo cualquiera, en una combinación determinada de colores, etc. Las marcas se dividen, tradicional y doctrinariamente, en dos clases: las industriales y las comerciales, las primeras son las empleadas por el productor de las mercancías; las segundas, por el que las vende, que pueden añadir su propia marca a la del productor, sin embargo, es frecuente emplear la expresión marca industrial englobando las dos clases.

Encontrándose tutelada la marca, por los artículos 7 y 88 de la Ley de Propiedad Industrial.

Concordante con tales elementos hasta ahora descritos, veamos los criterios de los H. Tribunales Colegiados de Circuito, respecto de este punto en comento, conforme al siguiente criterio deducido de la Octava Época: Fuente: Semanario Judicial de la Federación, tomo: IX Mayo, Pág. 466, bajo el rubro: "MARCAS Y

NOMBRES COMERCIALES. SIGNOS. DISTINTIVOS DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LA APLICABILIDAD COMÚN DE LA LEY DE INVENCIONES Y MARCAS". La ley de invenciones y marcas regula diversas figuras que comprenden la llamada propiedad industrial. Dichas figuras se pueden clasificar en dos grandes rubros: las creaciones nuevas, es decir, creaciones resultado del ingenio humano; y los signos distintivos que aunque no son propiamente invenciones si poseen ciertas peculiaridades derivadas de la originalidad misma del signo o de las características que adquiere dada su aplicación. Es por ello que el legislador ha estimado necesario tutelar este tipo de figuras con un doble propósito; proteger al creador o titular a través del reconocimiento de un derecho de uso o explotación exclusivos y proteger a los consumidores de posibles engaños a fin de garantizar su capacidad selectiva.

Lo anterior encuentra plena justificación en el hecho de que la razón de ser de los símbolos distintivos es precisamente como su propio nombre lo indica, el de diferenciar aquello a lo que se aplica.; entre los signos distintivos se encuentran no sólo las marcas, si no también los nombres y avisos comerciales. Ahora bien, cualquier acto tendiente a mermar dicha facultad o capacidad de distinguir o identificar ha de ser frenado en beneficio tanto del titular del signo distintivo como del consumidor, quien no merece ser engañado porque no pueda contar, en todos los casos, con una capacidad analítica tal que le permita determinar en que casos está ante un producto o servicio legítimo y cuando no. La concurrencia y competencia en el mercado sana siempre y cuando sea leal y por lo que, una actividad que pueda incurrir a error carece de dicha característica. En este orden de ideas, tanto la marca como el nombre comercial participan de la misma naturaleza en cuanto a que ambos son signos distintivos, signos individualizadores. Para que un signo cumpla con dicha función debe ser lo suficientemente peculiar para que no se confunda con otro.

El artículo 183, proscribire la publicación de nombres comerciales que no sean suficientemente distintivos, por lo que si un signo es susceptible de crear confusión resulta claro que carece de la distintividad a la que se refiere la ley de la materia. Ahora bien, precisamente por la Naturaleza que comparten los signos distintivos constituidos por marcas (sean estos de productos o de servicios) y los signos distintivos constituidos por nombres comerciales, es por lo que el legislador previó en el artículo 187 de la Ley de Invenciones y Marcas, la aplicabilidad de las reglas correspondientes a las marcas, en relación con los nombres comerciales en aquello que no haya disposición expresa.

Otro grupo de derechos comprendido en la propiedad industrial, son las patentes. Definidos en los siguientes términos, se llama patente al Derecho de aprovechar, con exclusión de cualquier otra persona, bien un invento a su mejoras, bien un modelo industrial, como el documento que expide al Estado para acreditar tal derecho. Las patentes son de tres clases: de invención, de mejoras y de modelo o de dibujo industrial, Las patentes están plenamente resguardadas en los numerales 10,11,15,16 del cuerpo normativo Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

Entre tanto, conforme al artículo 100 del ordenamiento señalado, se considera aviso comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales, o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de su especie; en cambio, con una dimensión sumamente amplia, encontramos los supuestos bajo los que se regula los derechos de autor en las disposiciones 2 y 7 del ordenamiento legal en comento. Los secretos industriales son equiparables a los derechos de autor, conforme al dispositivo 82 y el 156 que se encarga de las denominaciones de origen, donde el primero de los enunciados precisa: "se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que se signifique obtener o

mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido de la misma.”

La denominación de origen legalmente es definida en los siguientes términos: “se entiende por denominación de origen el nombre de una región geográfica de origen del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y en cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y los humanos. Para reafirmar las anteriores ideas, podríamos poner como ejemplo la producción del mezcal o tequila.”

2.2. EL EMPRESARIO

Hemos dicho que por empresa se entiende la organización de una actividad económica que se dirija a la producción o al intercambio de bienes y servicios. Este concepto tan amplio que puede abarcar toda actividad económica organizada debe limitarse como también ya dijimos, a efecto de comprender solamente las empresas sometidas a nuestro ordenamiento mercantil, es decir, a las empresas o negociaciones comerciales.

El elemento esencial y el más importante de la negociación, es el empresario, o sea, el titular de la empresa, que es la persona que organiza ésta y que a nombre propio realiza una actividad económica tendiente a la producción y generalmente a la obtención de utilidades.

En cierta forma, el empresario queda fuera de la empresa, en cuanto ésta es la organización y aquel quien la organiza; es decir, uno es el autor y otra es la

obra. Sin embargo, en este sentido lo que se hace es identificar empresa y hacienda lo cierto es que el concepto de negociación y el de empresario son correlativos, y así como no puede haber empresa sin empresario, tampoco se concibe a este sin aquella; además, es cierto que el titular crea la negociación, organiza sus elementos e imprime y determina la finalidad a cuyo logro ella tenderá; pero es también innegable que el empresario forma parte de la institución que organiza y que precisamente de la participación continua y permanente de su titular depende en gran parte el éxito de la empresa.

2.2.1 CONCEPTO DE EMPRESARIO

Es aquella persona física o colectiva dueña de la empresa. Es también la persona física o jurídica que profesionalmente y en nombre propio ejercita la actividad de organizar los elementos precisos para la producción de bienes o servicios para el mercado. De manera más breve podemos decir que empresario es la persona que en nombre propio ejercita una empresa económica.

La empresa como vimos, se encuentra formada por elementos objetivos y subjetivos, cuyo titular es el empresario; quien en opinión de Barrera Graf carece de personalidad, según se aprecia de las siguientes consideraciones: "en cuanto a que la empresa, como unidad, carece de personalidad jurídica propia y en cuanto a que su patrimonio tampoco constituye una persona moral, un patrimonio al que se le atribuya esa nota y que el derecho positivo lo reconociera, se necesita una persona que actúa como su titular."⁴³

2.2. 2 TIPOS DE EMPRESARIO.

⁴³ BARRERA GRAF.- Ob cit. Pag. 95

El titular de la empresa puede ser tanto una persona física o un grupo de personas físicas o jurídicas como una persona moral, constituida en forma de sociedad mercantil, e incluso de una corporación de carácter público.

La persona física y la moral se distinguen, en su calidad de empresarios, en que, mientras el ejercicio de la actividad de la negociación y la organización misma de la empresa, constituyen un hecho respecto al empresario individual, ellos son, en cambio, la finalidad o causa de los empresarios colectivos. "Fin de la persona jurídica dice Ascarelli, debe ser el ejercicio de la empresa, es decir, una actividad organizada con fines de producción o de cambio de bienes o servicios. La profesionalidad está implícita por el hecho de que el cumplimiento de la actividad constituye el fin de la persona jurídica. Por ello creo que puedan asumir carácter profesional respecto a las personas jurídicas, ciertas actividades que no pueden adquirir tal naturaleza respecto a las personas físicas."

Otra diferencia entre el empresario individual y el colectivo consiste en que mientras la persona física titular de una negociación puede realizar, además del ejercicio de la empresa, todas las actividades lícitas que le venga en gana, la persona moral está constreñida a la realización de la finalidad u objeto señalado en su escritura constitutiva. Esta puede señalar los fines más amplios pero siempre servirá como límite de la actividad que los órganos de la sociedad puedan realizar.

Una distinción más entre el empresario persona física y el ente colectivo es que aquella siempre será comerciante porque el ejercicio de la actividad en la empresa supone ejecución ordinaria del comercio; en cambio el ente colectivo (empresario) puede ser una sociedad mercantil, que será siempre comerciante, o una corporación de carácter público que nunca tendrá tal calidad.

Por último, la índole de la persona moral exige que al frente de la empresa, como director y organizador actúe una persona física que no será el titular, sino un

representante de él, órgano del ente colectivo: administrador, o bien, representante general, como es el gerente o factor. El empresario individual, en cambio, puede actuar personal y directamente en la organización y explotación de la empresa, así mismo, en el caso de las sociedades, los socios que la integran se consideran, en algunos casos, vinculados con la empresa, como elementos de ella, por lo que, a diferencia del titular individual, tienen deberes de fidelidad para con la empresa y en algunos se les prohíbe (legal o estatutariamente) el competir con las actividades de la empresa.

2.2.2.1 EL EMPRESARIO INDIVIDUAL

La razón de esta divergencia entre las dos clases de empresarios, estriba en el diferente concepto de comerciante individual y colectivo.

En cuanto al empresario individual este realiza una actividad profesional, consistente en la organización, dirección y explotación de una empresa comercial, debe entenderse que hace de dicha actividad mercantil su ocupación ordinaria. Además, el empresario individual, como el comerciante persona física está regido, por lo que a su capacidad concierne por las disposiciones generales del derecho común y las especiales de la legislación mercantil.

El concepto de comerciante individual, sin embargo, no se agota en el empresario individual, ya que comprende todas aquellas personas físicas que sin ser titulares de negociaciones comerciales, hacen del comercio su ocupación ordinaria, en este caso estarían por ejemplo, los comerciantes ambulantes; los comerciantes titulares de talleres de artesanado; los chóferes de ruleteo; los dueños de estanquillos, tendajones, misceláneas, pequeñas tiendas de ropa, de abarrotes, cantinas, fondas, etc.; que practican el comercio al margen de la organización de la empresa.

En cambio, el empresario colectivo no siempre es comerciante, como tampoco el comerciante colectivo es siempre empresario. En efecto, no son comerciantes las empresas públicas, es decir, aquellas en que exclusiva y preferentemente participa el Estado, tales como las corporaciones públicas descentralizadas, o instituciones públicas como petróleos mexicanos, las cuales, no obstante, son titulares colectivos de negociaciones comerciales.

Tampoco son comerciantes las diferentes sociedades anónimas constituidas a virtud de leyes especiales, como es el caso del Banco de México o el Banco Nacional de Comercio Exterior la mayor parte de las Instituciones Nacionales de crédito y otras corporaciones y entidades estatales, o de participación estatal. Todas éstas son empresas comerciales, por lo cual, su titular es también (aunque no exclusivamente) un empresario comercial, y ninguno de dichos empresarios es comerciante, por no serle aplicables las obligaciones que sobre estos pesan, los derechos que le corresponden, ni estar sujetos a quiebra.

2.2.2.2 EL EMPRESARIO COLECTIVO

De las personas jurídicas reconocidas por nuestro derecho, en el artículo 25 del Código civil pueden ser empresarios: primero, las corporaciones de carácter público; segundo, las sociedades comerciales; en cambio ni la nación, los estados y municipios, ni las sociedades civiles ni los sindicatos y asociaciones profesionales ni las asociaciones que permitan fines políticos, científicos, artísticos o de recreo, pueden ser empresarios.

En efecto, la nación, los Estados y Municipios, al menos en México, no devienen empresarios no organizan empresas comerciales, en su calidad de tales personas de derecho público, si no que constituyen corporaciones públicas y

sociedades mercantiles, las cuales organizan negociaciones y las dirigen en conceptos de titulares.

En cuanto a las sociedades civiles aquellas cuya finalidad “no entraña una especulación comercial” (artículo 2688 Código Civil) tampoco pueden ser empresarios, porque, como ya vimos, es característica esencial del titular de la empresa y de la negociación misma una finalidad lucrativa, es decir, una actividad que tenga como fin la especulación comercial, aunque esto no siempre suponga la distribución de utilidades entre los socios.

Los sindicatos y asociaciones profesionales, de la misma manera, no pueden convertirse en empresarios, la Ley Federal del Trabajo, prohíbe a dichos entes ejercer la profesión de comerciantes. Es cierto que lo que prohíbe esta norma es que el sindicato actúe como profesionalmente como comerciante, por lo que distinguiéndose este del empresario colectivo, parecería que no prohíbe que dichos organismos adquieran esta calidad: pero es evidente que lo que se prohíbe es el ejercicio del comercio, y como la organización y explotación de una empresa significa ejercer una actividad comercial, “los sindicatos no pueden transformarse en empresarios y explotar una negociación”

Las sociedades mercantiles, cualquiera que sea su tipo, pueden ser titulares de empresas comerciales. No es necesario que lo sean ya que nada impide constituir una sociedad de tal carácter con la finalidad distinta a la organización y explotación de una empresa; digamos, una sociedad con una finalidad artística o recreativa, que se constituyera en forma de mercantil por cuya única razón sería sociedad comercial.

Tampoco se exige que las sociedades mercantiles se constituyan regularmente como para que puedan organizar y ser titulares de ciertas empresas.

Existen restricciones al empresario colectivo dependiendo el tipo de sociedad, por ejemplo, para el ejercicio de actividades bancarias, de seguros, de fianzas, para la emisión de obligaciones, para actuar como sociedades de inversión, etc., se necesita que el titular de las empresas relativas se constituya en forma de sociedad anónima; en cambio, las sociedades comerciales por acciones están impedidas de adquirir, poseer o administrar fincas rústicas comprendiéndose como tales toda clase de terrenos destinados a la agricultura, ganadería, etc., por lo cual, por ejemplo, una empresa dedicada a la explotación de recursos forestales (actividad agrícola), y a la utilización de dichos productos para la industria (actividad comercial) deberá constituir una sociedad que no sea por acciones para la explotación forestal y otra sociedad de cualquier tipo para sus actividades industriales.

Existen también exigencia de concesiones y autorizaciones o permisos a ciertos empresarios comerciales, es decir, existen en nuestro derecho muchas empresas privadas que realizan actividades para las que requieren, ya sea una concesión del Estado cuando se trata de servicio público o una autorización o permiso para el ejercicio de actos respecto a los cuales el ordenamiento jurídico exige el cumplimiento previo de ciertas condiciones (de seguridad pública, higiene) juzgadas por la administración de acuerdo con el interés público involucrado.

Por mencionar solo algunas actividades comerciales que requieren autorización del Estado tenemos las siguientes:

- El derecho de explotar y beneficiar sustancias minerales
- El transporte, almacenamiento, distribución y refinación de petróleo.
- El aprovechamiento para fines industriales de los montes nacionales.
- El uso y aprovechamiento de aguas propiedad nacional.

Requieren una autorización o permiso del Estado los empresarios que pretenden organizar negociaciones tendientes a ejecutar trabajos que demande la industria petrolera, la construcción de caminos particulares, la explotación de embarcaciones, el ejercicio de la banca y del crédito, el establecimiento de sucursales o agencias de las instituciones de crédito, fianzas y seguros.

2.2.2.3. EMPRESARIO PÚBLICO.

El empresario público es aquél que se encuentra al frente y dirige a aquella persona moral organizada por el Estado con un fin preponderantemente público social, mas que lucrativo en donde se tiene un patrimonio afectado a un fin específico para que el Estado realice una de sus facultades públicas que se encuentran ligadas con sus prerrogativas, cuya existencia se basa en la consecución de objetivos especiales como la autosuficiencia nacional, la necesidad de estimular la iniciativa privada, la pervivencia de industrias básicas.

El Estado asume la regulación y gestión de servicios públicos y otras actividades definidas como de interés general, mediante la imposición de condiciones obligatorias para la empresa privada en esas áreas. Por otro lado la empresa pública es el instrumento que por excelencia utiliza el Estado para intervenir en una determinada actividad, o para reservarse para él un determinado sector productivo.

La empresa pública surge como consecuencia de la preparación y despliegue de conflictos militares internacionales que implican a diversos países o les imponen sus secuelas. Ciertos tipos de gobiernos han intentado lograr su independencia de las grandes potencias y empresas extranjeras que controlas la oferta de bienes y servicios esenciales, substituyéndolas por entes nacionales bajo régimen mixto o de estatización.

Las empresas públicas se vuelven resortes esenciales en la política económica. Proveen órganos para tareas.

En un estudio que data de hace un cuarto de siglo, se propuso la siguiente definición de la negociación o empresa, tomada de la doctrina jurídica italiana: la actividad del empresario consiste en la organización de diversos factores de la producción con el fin de producir bienes y servicios para el mercado. Se trata, por una parte, de un concepto económico, que el derecho acoge a falta de instituciones y de elementos jurídicos que pueda utilizar para explicar la figura; por otra parte, en tal definición se involucran factores distintos, los que si tienen contenido jurídico propio, y que el derecho regula y valora en forma diversa. A saber, una conducta humana -la actividad del empresario- que significa la realización de varios actos de carácter mercantil (actos de comercio), que lleva a cabo una persona, a quien el Código de Comercio. (artículo 3o., fracción I) califica, por ello, de comerciante: una finalidad de dicha persona que consiste en la producción de bienes o servicios para el mercado, la que, a su vez, el derecho mercantil toma en cuenta para considerar a los actos y a la figura misma de la negociación, como comercial, es decir, empresa mercantil lucrativa, y no de beneficencia, o con fines sociales o culturales meramente; y, en fin, que la actividad consista en organizar ciertos factores productivos (i.e., en constituir y explotar un patrimonio).

Es frecuente confundir la empresa con la sociedad mercantil que la organiza y la explota; es decir, confundir el todo con la parte. Aquella, es un quehacer, una conducta del hombre, en torno a ciertos elementos materiales e inmateriales, los cuales constituyen al patrimonio de la negociación (hacienda o fondo de comercio). Esta, la sociedad, es quien realiza la actividad, es decir, la persona que funda y que explota la empresa. Se trata de dos conceptos distintos pero inseparables: no hay empresa sin empresario, ni este sin aquélla. Empero, empresarios pueden ser,

no sólo las sociedades (mercantiles, porque esa actividad "empresarial" las califica de tales), sino también las personas físicas, el Estado, y ciertas figuras jurídicas que no son personas, como la herencia yacente o la masa activa de la quiebra, o sea, las unidades económicas sin personalidad jurídica a las que alude el artículo 3o., fracción III Ley de Inversión Extranjera.

También se confunde la empresa con la hacienda o sea, con su patrimonio. La empresa, no sólo el conjunto de bienes o derechos aportados por el empresario y organizados con una finalidad, sino que también es la actividad misma de este, y la organización de todos esos bienes, que constituye un elemento adicional de la empresa con un valor propio, al que se denomina aviamiento y que se relaciona con la clientela de la negociación a la que destinan sus bienes o servicios.

Como en el caso del empresario, la hacienda es elemento esencial de la negociación; de tal manera que si ella desaparece (por cualquier medio jurídico que suponga la transmisión del conjunto de los bienes y derechos -venta, transmisión mortis causa, fusión, expropiación-), se hace imposible la empresa, salvo que con la hacienda también se trasmita la actividad misma del empresario, y que sólo se sustituya la persona o el sujeto titular de la negociación. Lo que recientemente ocurrió en México, al expropiar el Estado todos los bienes y derechos de los bancos privados; es decir, el patrimonio que era propiedad de cada una de las instituciones de crédito expropiadas. En ese caso, subsistió la empresa con un nuevo titular, y subsistieron también los antiguos titulares (la Sociedad Anónima), si bien vacías y sin la posibilidad de cumplir el fin para el que fueron creadas, por lo que incurrieron en una causa de disolución. El anterior titular (la Sociedad Anónima) subsistirá (si puede realizar nuevas actividades) con nuevos bienes (la indemnización legal a que tiene derecho y aquellos que le pertenecían y que después, la Secretaría de Hacienda considere discrecionalmente como innecesarias a las empresas expropiadas y al fin mismo de la expropiación),

o bien, se liquidará, si su objeto o finalidad se ha vuelto imposible (artículo 229 fracción II Ley General de Sociedades Mercantiles).

El derecho reconoce diversas clases de empresas: según que su titular sea un sujeto de derecho privado, o bien, de derecho público, se habla entonces de empresas privadas y públicas; según que el titular sea una sociedad (anónima con mayor frecuencia), u otra persona o sujeto, se habla de empresas societarias o corporativas en aquel caso y no corporativas en el otro (el titular, entonces, puede ser una persona física, una comunidad o grupo de personas sin personalidad, una unidad económica, etc.); y finalmente según la naturaleza de la actividad económica que se efectúe a través de la negociación puede tratarse de empresas agrícolas, comerciales (stricto sensu) e industriales (fabriles o manufactureras; de productos o de servicios). Con excepción de las pequeñas empresas (rectius talleres de artesanado) que no ofrezcan sus productos o sus servicios al mercado (es decir, al público en general), sino que operen por pedidos, y las negociaciones agrícolas que se dediquen a la explotación del suelo o de ganados, sin elaboración o cambios de los frutos que se obtengan, todas son mercantiles, y están comprendidas en las fracciones V a XI, XV, XVI del artículo 75 Código de Comercio.

Las públicas, o sea aquellas en que el titular es el Estado, un organismo o una empresa descentralizada o paraestatal, o una sociedad controlada por él, si bien se rigen por las disposiciones de la legislación mercantil, dada la índole de sus actividades, tienden a salir del derecho mercantil e integrarse dentro del derecho económico que aún está en ciernes.

Los elementos de la empresa son subjetivos unos y objetivos los otros. Los primeros son, desde luego, el empresario y el personal de la negociación; los objetivos son todos los bienes y derechos que forman la hacienda o patrimonio de la empresa.

El empresario es un comerciante, en cuanto que "teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hace de él su ocupación ordinaria" (artículo 30. fracción I Código de Comercio.). De él se producen, en consecuencia, las notas propias de éste: capacidad, nacionalidad, domicilio, personalidad; y en función de cada una de ellas, y del carácter del sujeto, se le aplican las disposiciones legales pertinentes (si se trata de una sociedad, la Ley General de Sociedades Mercantiles; si se trata de extranjeros, la Ley de Inversión Extranjera).

En cuanto al personal, lo integran jerárquicamente, los funcionarios, (directores, gerentes, administradores), los empleados y los trabajadores; a quienes se aplican las normas del Código de Comercio, en cuanto a auxiliares del comerciante; de la legislación laboral, en cuanto sean sujetos de dicha disciplina, y las de la Ley General de Sociedades Mercantiles por lo que se refiere al nombramiento a las atribuciones, a la responsabilidad y a la revocación.

La hacienda de la empresa, está constituida por un conjunto heterogéneo de bienes y derechos, que se aportan a ella en virtud de muy diferentes negocios; traslativos de dominio, del usufructo del uso, de cesión o endoso de derechos; negocios, generalmente de derecho privado (civil y mercantil), pero también de derecho público (permisos, autorizaciones y concesiones del Estado); todos ellos constituyen una unidad, que pueda considerarse como universalidad de hecho, la cual, a su vez, puede ser objeto de negocios jurídicos traslativos de dominio o de uso (arrendamiento de empresa); de administración (gestión de una negociación), de garantía (la hipoteca de empresa).

En relación con la hacienda, hay ciertos bienes propios de ésta, o sea, de la actividad del empresario, como son las patentes, las marcas, el nombre y los avisos comerciales; y determinadas relaciones del titular con la negociación (el aviamiento); con los clientes, que le proveen de materias primas y materiales, o bien, que reciben de ella los servicios o los productos elaborados, y también

relaciones del empresario cuando es arrendatario de locales, con el dueño arrendador, que configuran la llamada propiedad comercial (el *droit de bail* del derecho francés).

Como universalidad de derecho, la hacienda, y como organismo económico productor de bienes y proveedor de empleos, la empresa, merecen una protección especial, que no es la propia de las personas como tales (el individuo o la sociedad), ni de cada uno de los bienes y derechos que forman aquella, si no que se trata de normas especiales, de orden público generalmente, que unas veces tienden a proteger a la negociación misma, evitando o tratando de evitar su disgregación y su liquidación (así, los artículos 200, 201 y 202 de la abrogada Ley de Quiebras); otras veces, protegen a los acreedores de ella, por ejemplo. Al imponer que la transmisión del pasivo opera de pleno derecho con la del activo, y otras, en fin, a través de disposiciones (aisladas e insuficientes en nuestro derecho) que prohíben la competencia desleal, que enumeran los actos que se consideran o que se presumen tales y que los sancionan con mayor o menor severidad.

Aunque la legislación mexicana no reglamenta en forma sistemática y completa a la empresa muchas reglas y disposiciones existen, desperdigadas tanto en las leyes mercantiles como civiles, administrativas, laborales, fiscales y procesales. La jurisprudencia, por otra parte, tanto de la Suprema Corte de Justicia, como del Tribunal Fiscal de la Federación, se ha encargado de precisar el concepto unitario de la empresa y de algunos de sus elementos. Al respecto, y aunque ya es antigua, me permito remitir a la rica jurisprudencia de ambos tribunales.

La Ley Federal del Trabajo se refiere y considera a la empresa en múltiples artículos; entre los de mayor relieve se cuentan: el 7o., 11, 13, 15 fracción, I, 16

(que es una de las disposiciones de nuestras leyes que definen a la empresa), 360 fracciones II, III, 386, 388, etc.

El Código de Procedimientos Civiles contiene normas sobre embargo de negociaciones, artículos 544 fracción VII, 555 y siguientes.

3.2. CONCEPTO DE EMPRESARIO PRIVADO.

El término empresario parece haber sido difundido en la lengua inglesa del siglo XVIII como *undertaker*, indica acción de levantar. El empresario se empeña o compromete a hacer alguna cosa. De manera similar ocurre en el francés con *entreprendre*, que en segunda acepción se refiere al compromiso de hacer algo que evidentemente asume el *entrepeneur* o empresario. En castellano, esta significación se concentra muy bien en el verbo *emprender*, que en italiano se sustantiva como *impreditori*, el cual se traduce como empresario. Por su parte, en el idioma alemán *unternehmer*, equivalente a empresario o emprendedor.

La revisión del concepto en otros idiomas sirve para mostrar que lo definitorio del empresario es esa actividad que emprende y en la que se desempeña. El empresario es, pues, quien realiza profesionalmente una actividad para la producción. En esa actividad es precisamente en lo que se resuelve la empresa; por ello, a la hora de caracterizar a la empresa, los economistas ponen todo el acento sobre la producción y de ahí que no hayan podido evitar el término actividad para designar el proceso productivo. Pero también la palabra actividad es, junto con el esfuerzo, la más empleada para definir el trabajo, por los tanto pueden tener la calidad de empresario, tanto la persona física como la sociedad mercantil.

Para complementar el anterior punto considero pertinente determinar lo, que es la industria.

Industria, dice el Diccionario de la Academia, "es el conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales". Concepto que peca de estrecho, por una parte por no comprender operaciones intelectuales (por ejemplo, de ingeniería, cálculo, cibernética, investigación); por la otra, por referirse solamente a productos naturales, y no a subproductos (como en el caso de la llamada "petroquímica secundaria"), y por último, por no comprender la prestación de servicios. Además, dicho concepto no indica el sujeto ni los medios de la actividad industrial.

Más amplia, pero aún insuficiente, es la definición legal de "industrias de transformación" que ofrece la Ley de Industrias de Transformación (Diario Oficial del 31 Mayo 1941; en adelante, Ley de Industrias de Transformación): "para los efectos de esta ley, se entiende por industria de transformación, toda actividad que tenga por objeto la producción de artículos o artefactos semielaborados o terminados..." (Artículo 1º).

Desde el punto de vista jurídico, debe entenderse por industria la actividad productiva de bienes o servicios que los comerciantes (industriales) desarrollan en empresas o talleres que organizan, con la finalidad de ofrecer al mercado bienes o servicios de toda clase o bien, de atender pedidos de clientes (en el caso de los talleres). Al aludir, pues, en esta voz, a Industria, nos referimos e implicamos la actividad industrial, que se ejercita por empresas, grandes, medianas o pequeñas (talleres, en este último caso), ya sea que su titular sea una persona física o bien, una colectiva. La Ley de Industrias de Transformación artículos 5o. y 7o., al referirse a "las personas o empresas comprendidas del artículo 1º", debe interpretarse en este sentido: no es concebible una actividad industrial de producción de bienes o de servicios, si no es, en y por una empresa.

Obviamente, se trata de una actividad económica, como también lo son la intermediación o tráfico de mercancías (comercio, stricto sensu); y la agricultura tanto en su aspecto de siembra y cultivo de la tierra, como en la recolección de especies y frutos de la tierra, o de productos de ella; la cría, reproducción y cuidado de especies animales. Estas dos últimas actividades humanas, pueden constituir, a su vez, industrias (actividades industriales), cuando se organizan y desarrollan con fines de oferta de los productos al mercado, y no meramente de satisfacción de necesidades individuales o familiares.

Naturaleza jurídica de la actividad industrial. La industria y el comercio en sentido estricto, constituyen el objeto del derecho mercantil, el cual regula, en efecto tanto las actividades industriales de producción, como la intermediación lucrativa en el proceso de distribución y consumo (actividades comerciales).

En su origen, el derecho comercial sólo se refirió a estos intermediarios (comerciantes en sentido propio), y la primitiva actividad industrial (fabril y manufacturera), que se desarrollaba en talleres artesanales, y que, en consecuencia, actuaba por encargo y pedidos de los clientes (y no para ofrecer bienes o servicios al mercado, que es lo que distingue a la empresa y la diferencia del taller de artesanado), también era, fundamentalmente, una actividad de intermediación.

El desarrollo de la industria de transformación en Europa (Inglaterra y Francia, principalmente), provocó su reglamentación legal, tanto de carácter administrativo, como mercantil, penal y laboral.

El Código de Comercio francés de 1808 (Code Napoléon). Acogió a la empresa dentro de los "actos de comercio", (como actividad de su titular, o sea, del empresario). Este ordenamiento, que fue copiado y seguido con mayor o

menor fidelidad por todos los países europeos continentales y latinoamericanos, se implantó en México a partir del Código de Comercio de 1884, ya que ni el primero de ellos, o sea, el Código de Comercio. de 1854 (artículo 218), ni su antecesor, la primera ley mercantil expedida con posterioridad a la Independencia, o sea, el Decreto de Organización de las Juntas de Fomento y Tribunales Mercantiles, dictado por el presidente Santa Anna, en 1841, hacían referencia a las negociaciones o empresas, ni a la actividad de transformación industrial.

El artículo 75 del Código de Comercio vigente, que es copia casi literal del artículo 3º, del Código de Comercio. italiano de 1882, incluye a las empresas, que enumera en seis fracciones (VI a XI), y en otras a la que se refiere en forma directa (fracción XVI, empresas de seguros), o indirecta (por ejemplo, fracciones XVIII, en cuanto a los Almacenes Generales de Depósitos, y XXII, respecto a contratos concernientes "al comercio del negociante"). Entre las que enumera, se comprende a la industria fabril o manufacturera (fracción VII, empresas de fábricas y manufactureras), así como a empresas o negociaciones de servicios (empresas de transporte y de turismo, fracción VIII; de comisiones fracción X; de espectáculos públicos fracción XI). Algunas no comprendidas en el elenco del artículo 75, lo están en otras leyes, como es el caso de la Ley de Minas (artículo 12); y muchas otras más, como laboratorios, clínicas, colegios, empresas de publicidad, etc., se incluyen a virtud de la aplicación analógica que expresamente invoca la última fracción del mismo precepto (artículo 75, fracción XXIV).

En el mencionado catálogo del artículo 75, se incluyeron a empresas públicas y privadas, al hacer referencia a "construcciones y trabajos públicos y privados" (fracción VI), con lo que de manera expresa, el legislador mexicano, en forma sagaz y visionaria, consideró como propias del derecho mercantil a todas las empresas de elaboración de bienes o de prestación de servicios que desarrollen actividades y servicios públicos, ya sea que se trate de empresas en manos de particulares, por ejemplo, el servicio de distribución de petróleo, o de gas, o el de

autotransporte salvo en entidades o en ciudades que lo hayan municipalizado como en el Distrito Federal y en Morelia; de empresas mixtas, como Teléfonos de México, y las llamadas sociedades nacionales de crédito; o de empresas de Estado, tales como Petróleos Mexicanos, Comisión Federal de Electricidad, transportes aéreos nacionales.

Sujeto de la actividad industrial. El titular de la empresa industrial, o sea, repetimos el empresario, que organiza a los factores de la producción para la elaboración de bienes o de servicios, que ofrezca al público (empresas propiamente) o que elabore por encargo (talleres), es desde el punto de vista del derecho mercantil, el comerciante, ya sea que se trate de una "sociedad constituida con arreglo a las leyes mercantiles" (sociedades mercantiles regulares) (artículo 3º, fracción II Código de Comercio), o bien, de una persona (física o moral, distinta en este último caso de las sociedades antes aludidas), "que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio haga de él su ocupación ordinaria" (artículo 3º., fracción I Código de Comercio.).

Reglamentación legal de la actividad industrial. La sede propia de esta actividad es el derecho comercial, el cual, no sólo comprende y regula a la empresa, como una institución especial, y a su dirección y organización por el empresario (actividad del empresario), sino que él mismo está basado en la empresa, y tiende a convertirse, sólo, en el derecho de las empresas. Desde este punto de vista, dentro del movimiento de reforma de la legislación mercantil, que está en curso en México el derecho mercantil se limitaría a la regulación de la empresa, como actividad industrial, o sea, como derecho industrial, y abandonaría al derecho común, los actos aislados de comercio.

Las necesidades de la industria, tanto las que le son propias y normales, como aquellas a las que se enfrente en periodos de crisis, fueron atendidas por el sistema jurídico y económico a través de la ayuda e intervención del sistema

bancario y crediticio, a partir de la nacionalización de la banca, con criterios de ayuda no sólo de intereses particulares, sino, principalmente, públicos y de la Nación misma.

De la empresa, es elemento fundamental el personal, constituido por funcionarios, empleados y trabajadores. Su regulación corresponde, básicamente, al derecho del trabajo; y en menor medida al civil, en relación con el contrato de prestación de servicios. A su vez, el derecho mercantil regula los auxiliares del comerciante y del comercio, y se aplica a éstos en cuanto a su representación y los actos ejecutados a nombre y por cuenta del empresario.

El derecho administrativo y el derecho fiscal también intervienen en la regulación de la industria, en el amplio renglón concerniente a las relaciones de los empresarios con el poder público; en lo relativo a concesiones, autorizaciones y permisos para constituirse y para funcionar (por ejemplo, en el "Decreto por el que se Establecen Zonas Geográficas, para la Ejecución del Programa de Estímulos para la Desconcentración Territorial de las Actividades Industriales..." Diario Oficial del 2 de Noviembre de 1979); en lo tocante a control y vigilancia (labores de protección de la libre concurrencia, de la prescripción de monopolios y de prácticas desleales de competencia); a la conservación y fomento de las actividades industriales, tanto merced a estímulos fiscales (regulados en el "Decreto que Establece Estímulos Fiscales para el Fomento del Empleo y la Inversión en las Actividades Industriales", Diario Oficial del 6 Noviembre de 1979), como de medida de ayuda a empresas deficitarias, con problemas cambiarios (en este sentido, la Secretaría de Hacienda y el Banco de México dictaron "Reglas Complementarias de Control de Cambios Aplicables al Registro de Créditos en Divisas", el 7 de marzo de 1983), o de liquidez, para prevenir su extinción dentro de los procesos normales de suspensión de pagos y de quiebras, las cuales, también son propias del derecho mercantil.

2.3 EL PERSONAL.

Si bien es cierto que el personal no es un elemento esencial de la negociación mercantil, puesto que la misma existe con independencia de sus trabajadores, algunos doctrinarios lo consideran como un elemento material más. Ya que aunque existen empresas muy pequeñas o totalmente mecanizadas.

Hay que manifestar que las relaciones laborales que surgen dentro de la empresa se dan entre la figura del empresario y los trabajadores.

2.4 LA HACIENDA O FONDO DE COMERCIO

2.4.1 CONCEPTO DE HACIENDA

La hacienda o fondo de comercio, es el conjunto de bienes (cosas, derechos, relaciones jurídicas) de la negociación organizados por el empresario para la consecución de una determinada actividad económica.⁴⁴

La hacienda de la empresa, está constituida por un conjunto heterogéneo de bienes y derechos, que se aportan a ella en virtud de muy diferentes negocios; traslativos de dominio, del usufructo del uso, de cesión o endoso de derechos; negocios, generalmente de derecho privado (civil y mercantil), pero también de derecho público (permisos, autorizaciones y concesiones del Estado).

Todos ellos constituyen una unidad, que pueda considerarse como universalidad de hecho, la cual, a su vez, puede ser objeto de negocios jurídicos traslativos de dominio, como por ejemplo la transmisión de la hacienda o de uso

⁴⁴ BARRERA GRAF, Jorge.- Tratado de Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México. 1957. Pág. 219.

(arrendamiento de empresa); de administración (gestión de una negociación), de garantía (la hipoteca de empresa.

2.4.2 COMPOSICIÓN DE LA HACIENDA

Como apuntamos anteriormente la hacienda se compone de diversos bienes, que de acuerdo a la doctrina se clasifican en materiales, inmateriales y relaciones jurídicas.

Del latín bene, entre sus acepciones están: utilidad, beneficio, hacienda, caudal). Jurídicamente se entiende por bien todo aquello que puede ser objeto de apropiación, entendiendo como tales, las cosas que no se encuentran fuera del comercio por naturaleza o por disposición de la ley.

Los bienes de la hacienda pueden ser de carácter material e inmaterial y aquellos estar constituidos por muebles e inmuebles.

2.4.2.1 BIENES MATERIALES

Estos se constituyen como todos los bienes muebles e inmuebles que componen la hacienda. El conjunto de bienes inmueble se constituye por el local o establecimiento donde opere la empresa, cuando es propiedad de ésta. Y en el caso de maquinaria u objeto de cualquier índole adherido a la estructura del bien.

Los bienes muebles se componen de todos los accesorios necesarios para el funcionamiento de la empresa, como la materia prima empleada, mobiliario, etc.

2.4.2.2 BIENES INMATERIALES.

Dentro de éstos encontramos a los derechos, que a su vez también se clasifican de acuerdo a su naturaleza. Así tenemos que dentro de la empresa, observamos:

Derechos reales, como usufructo, propiedad;

Derechos personales, arrendamiento del local;

Derechos de crédito,

Derechos que recaigan sobre la propiedad inmaterial.(patentes, nombres comerciales, etc.)

Derecho al resarcimiento de los daños por competencia ilícita.

Derecho a la libre competencia;

2.4.2.3 RELACIONES JURÍDICAS

Las relaciones jurídicas a que se refiere este apartado, son diversas y siempre harán referencia a la figura del empresario con las distintas personas que con motivo de su desempeño profesional, necesariamente tienen que tratar.

De esta forma las relaciones jurídicas de la empresa, las podemos clasificar en cuatro grupos:

1.- Aquellas que se dan entre el empresario y los proveedores, para la obtención de mercancías y materias primas;

2.- Entre aquél y el personal, que ya veíamos en otro punto anterior;

3.- Relaciones que se dan entre distintos empresarios, que se dan con el objeto de evitar una competencia que implique una ganancia mínima para cualquiera; entre el empresario y el Estado, que se dan para la obtención de licencias, permisos, para celebrar convenios fiscales, para fijar precios a los productos, etc.

4.- Y por último las relaciones que se dan entre el empresario y su clientela, para asegurar sus suministros, para la concesión de distribución de forma exclusiva, condiciones de crédito, etc.

CAPITULO 3
LA PROFESIONALIZACIÓN EN LA EMPRESA

- 3.1. CONCEPTO DE PROFESIONALIZACIÓN.
- 3.2. EL EMPRESARIO Y SUS OBLIGACIONES.
- 3.3. PANORAMA ACTUAL DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA GLOBAL.
- 3.4 ACCIÓN GUBERNAMENTAL Y NO GUBERNAMENTAL PARA EL
DESARROLLO DE LAS MIPYMES.
- 3.5. LA PROFESIONALIZACIÓN EN LA EMPRESA.
- 3.6. PERSPECTIVAS ECONÓMICAS.
- 3.7. PERSPECTIVAS JURÍDICAS.
- 3.8. PROPUESTA.

3.1. CONCEPTO DE PROFESIONALIZACIÓN

De acuerdo al real diccionario de la lengua española la palabra profesionalización, es la "acción y efecto de profesionalizar", que a su vez significa "Dar carácter de profesión a una actividad o Convertir a un aficionado en profesional (persona que ejerce una profesión)".

La profesionalización implica una serie de actividades encaminadas al mejoramiento y perfeccionamiento de una actividad determinada. En el caso que nos ocupa, nos enfocaremos una serie de aspectos que la doctrina considera necesarios, casi obligatorios, para un adecuado y productivo desempeño de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Por lo que abordaremos una sucesión de factores, incluso de carácter subjetivo, como lo son las cualidades que debe poseer el titular de la empresa, desde un punto de vista doctrinal y particular.

3.2 PANORAMA ACTUAL DE LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA GLOBAL.

El llevar a cabo un análisis de la situación económica mundial en las últimas décadas, rebasa por completo los objetivos de nuestra investigación, además que

nos desvía de nuestro planteamiento original, por lo que nos avocaremos a estudiar la estructura y funcionamiento de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), en América Latina, además de las propuestas y recomendaciones que se han realizado para impulsar su desarrollo y competitividad, por parte de diversos organismos internacionales, así como de los gobiernos de la región.

Fue en los inicios de la década de los ochenta, cuando nuestro país entró en un proceso acelerado de modernización económica, provocado por la necesidad de incorporarse en el contexto internacional, provocando diversos ajustes en las estrategias empresariales.

A partir de este momento el sistema empresarial mexicano fue abandonando el modelo proteccionista gubernamental, que se caracterizaba por la aplicación de programas de subsidios y reducción de tasas arancelarias y que permitía a las empresas competir sin embates en el ámbito internacional y desarrollarse en el mercado de consumo y de algunos bienes básicos de capital.

Este incipiente fenómeno, al que los economistas han denominado globalización, es un proceso que nace de la idea de que se pueden realizar sin dificultades las transferencias internacionales de modelos organizacionales y prácticas administrativas, sin limitantes culturales, políticas y tecnológicas.

Las empresas se vieron entonces expuestas a la competencia internacional, lo que las obligó a buscar y a aprovechar nuevas oportunidades comerciales, así como protegerse y manejar los nuevos lineamientos de la actividad comercial; sin embargo esta apertura trajo consigo la desaparición de miles de pequeñas y medianas empresas, que no estaban preparadas para el ambiente de competencia que sucedió a décadas de proteccionismo.

La manifestación de este proceso económico, trajo consigo la llegada de nuevos actores y la desaparición de otros, ha proliferado una tendencia a la concentración (mediante alianzas, fusiones o adquisiciones) de empresas, es decir, el sistema económico esta sufriendo una reestructuración. Es así, que algunas grandes empresas nacionales se han asociado con empresas homólogas transnacionales, como respuesta a la urgencia de enfrentar la creciente competencia internacional en terreno nacional e incursionar en mercados extranjeros.

Nuevos esquemas productivos han sido introducidos en el ámbito empresarial, que se derivan de una nueva forma de administración que consiste directamente en la adquisición de nuevas tecnologías, la flexibilización de la producción, la reducción de puestos, la puesta en marcha de programas de mejora continua, los círculos de calidad, el establecimiento de relaciones más estables con proveedores, la adopción de sistemas de certificación de calidad.

En el terreno de los recursos humanos, se cuenta con un mayor número de evaluaciones de personal, que incluyen estímulos basados en la productividad y la calidad, el lanzamiento de programas de cultura corporativa, una mayor contratación de profesionistas capacitados y mayores recursos asignados a la capacitación.

Por último, respecto a este punto, cabe señalar que en la actualidad no todas las empresas han elaborado estrategias explícitas para enfrentar los desafíos de la reestructuración económica, las que lo han hecho han seguido un patrón de cambio general resistiendo en mayor medida a los dos principales problemas de nuestro sistema financiero que son, el acceso al crédito y la lenta modernización de la banca empresarial.

En el caso de América Latina, el panorama de la MiPyMEs no es más alentador. Las recurrentes crisis económicas en varios países de la región, han afectado aún más, su desempeño, que se agrava debido a la competencia endógena, es decir, el bajo grado de adopción tecnológica, poca calificación de sus trabajadores y/o del propio empresario, fragilidad administrativa, baja productividad, entre otros. Que sin embargo han servido para darles un justo lugar y resaltar su importancia como generadoras de empleo y promotoras de avances en el entorno local.

En este sentido, se han creado programas por instituciones públicas y privadas de la región, en busca de aprovechar su potencial, bajo la consideración, de que aproximadamente el 80 % de las decisiones económicas de los países tienen una perspectiva interna.

Es cuestionable, la postura de los doctrinarios de definir los estratos empresariales, toda vez que sus detractores no ven en ésta otra utilidad que no sea como un simple dato estadístico. Ante esta objeción, su verdadero sentido radica en constituirse como consideraciones políticas, ayudando a conocer la magnitud de cada segmento de empresas y por ende su impacto en la actividad productiva, para de esta forma, tomar medidas mejor enfocadas de fomento en el desarrollo y producción.

Los criterios utilizados para definir a las empresas varían en cuanto al empleo, las ventas, los activos y otros. En varios países existen diversos criterios y por consiguiente diversas definiciones; sin embargo la generalidad es que el empleo constituye el elemento de definición de estatus empresarial.

El en el caso de nuestro país el criterio de clasificación para determinar y clasificar a las empresas, en Micro, pequeñas, medianas y grandes, se basa en el

número de trabajadores que posee cada una de ellas, tal y como nos lo muestra el siguiente esquema:⁴⁵

SECTOR / TAMAÑO	CLASIFICACION POR NÚMERO DE TRABAJADORES		
	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO EMPRESA	0 - 10	0 - 10	0 - 10
PEQUEÑA EMPRESA	11 - 50	11 - 30	11 - 50
MEDIANA EMPRESA	51 - 250	31 - 100	51 - 100
GRAN EMPRESA	251 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE

En el caso de México el término “empresa media” fue acuñado para reunir en un solo grupo a las PyME y aquellas microempresas que normalmente se denominan “con opción de desarrollo”. Esta clasificación profundiza la forma común de dividir las microempresas entre las de subsistencia y aquellas con opción de desarrollo, utilizando como único criterio el número de trabajadores que laboran en ellas, luego entonces la variable número de trabajadores de una idea cuantitativa de la microempresa, no entrega ningún indicio sobre sus características cualitativas. Es preciso entonces incluir factores que reflejen la actitud empresarial.

Para incluir estos factores se recurrió a la encuesta nacional de micronegocios de México en 1996 confeccionada por el INEGI. Se trabajó con cuatro preguntas: La primera pregunta se refería al tipo de empresario Las opciones: EMPLEADOR con el 16.2%; trabajador por cuenta propia con el 83.8%; la segunda consultaba sobre la posibilidad de tener local propio con el 71 % y de no poseer local con el 21%; la tercera inquiría el motivo del dueño para iniciar su actividad y las respuestas fueron: tradición familiar con 6.2%; para complementar el ingreso familiar con 28.7%; para obtener un ingreso mayor que como asalariado

⁴⁵ www.economia.gob.mx De acuerdo al Diario Oficial de la Federación (DOF) del día 30 de diciembre de 2002 se establecen los criterios de estratificación de empresas de esta manera.

con 19.2% por el horario flexible con 4.5%; despido por recorte de personal con 3.2%; y otro con 5.3%.

Por otro lado, la distribución geográfica y sectorial de las empresas nos indica dónde se encuentran las concentraciones empresariales y cuál es su actividad económica preponderante. Sus patrones de localización territorial están asociados, en un principio, a su dotación de recursos o a sus ventajas comparativas, es decir, las exportadoras buscan lugares con una infraestructura suficiente de transportes y comunicaciones, mientras que a las que desarrollan productos les interesa la proximidad de instituciones educativas.

La mayor concentración Empresarial se da en las capitales de los Estados, así como en las ciudades más importantes, esto se debe a lo que se conoce como economía de aglomeración, que permite reducir los costos de producción. Además, en las aglomeraciones se puede mejorar la relación costo-eficacia, es decir la eficiencia, merced a la concentración poblacional, la gran cantidad de distribuidores, la presencia de servicios financieros y comerciales y el acceso a información de mercados externos y a tecnología, entre otros factores. En este escenario las empresas de baja productividad, como las PyME, se benefician de los encadenamientos productivos que se generan. Lo que genera una concentración de las PyME en las grandes ciudades.

Otro factor decisivo en el entorno empresarial son las instituciones públicas de los Estados, en el sentido de la confianza que la sociedad y por consiguiente los empresarios les depositan. Este factor marca una diferencia con los países industrializados, donde las instituciones y el desempeño económico tienen un alto grado de independencia. En nuestra región en cambio, las expectativas desfavorables sobre las instituciones generalmente son la antesala de resultados adversos en el desempeño económico. A veces tales expectativas son generadas

por grupos de interés que se ven afectados por las políticas implementadas por tales instituciones y que pugnan, entre ellos, por la distribución de recursos.

Estas pugnas crean conflictos que se hacen visibles y se deciden cada vez que hay un "cambio de régimen" en los países, es decir los cambios de administración que comprende los siguientes rubros:

- A) El papel del Estado en economía.
- B) La presencia o no de políticas de redistribución de ingresos.
- C) La definición de áreas prioritarias para el gobierno.
- D) La definición de la estructura impositiva.
- E) El tipo de política comercial.
- F) La política de tasas de interés.
- G) La política cambiaria, sea libre, controlado o regulado.
- H) La política de precios.
- I) La política monetaria.

Desde el punto de vista de los empresarios, los principales rubros que deben actualizarse y modificarse son los referentes a:

- Finanzas.
- Tecnología e Información
- Comercialización y comercio exterior.
- Estructura regulatoria y competencia.
- Organización y cooperación.
- Recursos humanos.

En el tema financiero los empresarios se quejan del escaso acceso al sistema financiero formal como mecanismo para acceder al crédito. En el ámbito de la tecnología e información destaca la ausencia de tecnologías adecuadas a las

empresas y la escasez de información relevante sobre mercados oferta y demanda. En lo que toca a la comercialización el problema radica en la asimetría en la relación entre pequeñas y grandes empresas. Esto último se refleja en la estructura regulatoria así como en la presencia de prácticas clientelistas y corrupción.

Por otra parte, la inadecuada orientación de la formación escolar, técnica y profesional, conduce a sobrepoblar algunas especialidades en desmedro de otras. Además de una débil vinculación entre empresa y escuela, que redundaría en una oferta educativa inadecuada para las necesidades productivas.

En este punto y antes de concluir es preciso señalar y resaltar la verdadera importancia de la MiPyMEs en la Economía nacional y Latinoamericana. Para ello nos apoyaremos en el estudio que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe realizó para el 2003 y el 2004.⁴⁶

En el cual se nos señala el bajo y volátil ritmo de crecimiento per cápita de América Latina y el Caribe. Derivado de la inestabilidad de los flujos de capital, constantes altibajos de los términos de intercambio, reformas económicas y rápidas transformaciones de la economía mundial, de las últimas décadas. Sin embargo, éste fenómeno no ha sido una constante para todos los países que integran el Consejo Económico para América Latina (CEPAL); de hecho, en los últimos 30 a 40 años se observan episodios de prosperidad que se prolongaron por cerca de una década, períodos de estancamiento y bruscos descensos del crecimiento en varios países de la región.

El análisis de las fuentes del crecimiento muestra que la desaceleración de la formación de capital explica en promedio cerca de un tercio de la disminución

⁴⁶ Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2003-2004. www.cepal.com.

del crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) a partir de 1980 en América Latina.

Los datos pertinentes indican que la inversión pública ha sido más volátil que la privada en 1980-2002, período en el que la mayoría de los países latinoamericanos adoptó medidas de ajuste para superar las constantes crisis fiscales que motivaron reiterados recortes de la inversión pública. Un elemento digno de mención es que, tal como surge del análisis efectuado, la productividad total de los factores no aumentó o hizo una contribución negativa al crecimiento económico de la mayoría de los países de la región.

Los episodios de “crecimiento sostenido” y “contracción prolongada” ponen en evidencia la amplia variedad de factores que impulsan el crecimiento, o lo frenan y conducen a las economías a una espiral de crecimiento negativo a veces bastante prolongado. Es interesante señalar que cuando se han registrado episodios de crecimiento, estos han ido acompañados de incrementos sostenidos de la productividad total de los factores y se produjeron tanto en los años sesenta y setenta, cuando aún estaba vigente la política de sustitución de importaciones, como en los años noventa, cuando regían políticas más orientadas al mercado. Los episodios de prolongada contracción del crecimiento, por otra parte, han reducido enormemente la calidad de vida y aumentado la pobreza en los países afectados.

México por supuesto no constituye una excepción para este estudio. La falta de programas encaminados al fortalecimiento de las MiPyMEs y las inadecuadas políticas económicas, como la brusca apertura de los mercados, tras una larga historia de proteccionismo. Propició su desaparición.

Hoy en día el gobierno federal, se ha preocupado por crear programas de apoyo a las MiPyMEs. Aún cuando resulta una labor plausible, es una medida necesaria y obligada. No es para menos, si tomamos en cuenta que éstas

representan el 99.7 por ciento del total de las empresas constituidas para los diferentes sectores económicos nacionales.⁴⁷

Tamaño	Composición por tamaño y sector (participación porcentual)			Total
	Sector			
	Industria	Comercio	Servicios*	
Micro	94.4	94.9	97.4	95.7
Pequeña	3.7	4.0	1.6	3.1
Mediana	1.7	0.9	0.5	0.9
Grandes	0.4	0.2	0.4	0.3
Total	100	100	100	100

De igual forma cabe apuntar que del total las empresas, constituidas y que se encuentran en funcionamiento a nivel mundial, las que son manejadas o que pertenecen a una familia es de 65 a 80 por ciento. A este respecto debemos señalar que no hay estadísticas confiables, en ningún país, que puedan decirnos con exactitud que proporción de empresas son familiares, ya que los censos no clasifican a las empresas como familiares y no-familiares.⁴⁸

Una empresa familiar se define como aquella organización cuyo capital accionario pertenece, en su mayoría, a una familia.

Usualmente la percepción que se tiene de dichas empresas es que son pequeñas entidades económicas, con tecnología obsoleta, recursos financieros escasos y sistemas administrativos incipientes; sin embargo empresas como Ford, Wall-Mart, Cargill, Mac Graw-Hill (en el ámbito internacional); Grupo Alfa, Televisa, TV Azteca, Grupo Cifra, FEMSA, Protexa, Grupo Autrey y Grupo Industrial Saltillo

* www.economía.gob.mx Servicios Privados No Financieros. Fuente: Censo Económico 1999.

** D.R. Dreux; Financing family business: Alternatives to selling out or going public. Family Business Review III. 1990. Citado por Ricardo Bolaños. www.contactopyme.com.mx

(en el ámbito nacional) son organizaciones de corte familiar que de pequeñas, obsoletas o de sistemas administrativos incipientes, no tienen nada.

Por lo que dentro de nuestro estudio de profesionalización incluiremos también lo relativo a las empresas familiares, sin ahondar demasiado en algunos aspectos, que serían objeto de una investigación posterior.

3.4 ACCIÓN GUBERNAMENTAL Y NO GUBERNAMENTAL PARA EL DESARROLLO DE LAS MIPYMES.

En algunos países de América Latina se tiende a pensar que la norma jurídica es la solución a muchos de los problemas que demandan acción pública y con este propósito se crean leyes, normas y reglamentos. Esta normativa tiende a generar nuevas organizaciones en lugar de una acción pública directa.

Lamentablemente, no hay evidencia de una relación positiva entre la creación de nuevas normas y la solución a los problemas que ellos buscan atacar. Por lo que la respuesta frecuente a las demandas empresariales son las medidas de fomento, que buscan mejorar la competitividad empresarial a través de acciones que la fortalezcan.

Los intentos de dar forma a una estructura que responda a las necesidades de las empresas de menor tamaño, se ven sometidos a la necesidad de mantener la estabilidad macroeconómica, por lo que se presentan tres opciones que no son necesariamente las únicas.

1) un marco legal específico, por ejemplo una Ley MIPyME, que generalmente pero no siempre, promueve algún tipo de organización concentradora de las acciones públicas.

2) Un marco legal genérico con dimensión MIPyME, es decir, con alguna consideración de las MIPyME, en las leyes generales (como trato preferencial en ley fiscal, laboral y otras).

3) Medidas de fomento específicas con diversos grados de articulación entres ellas.

En los países latinoamericanos se ha observado también un intento de favorecer determinadas orientaciones en la estructura de las medidas de apoyo y/o programas de fomento empresarial, estas medidas y programas son:

- Buscan subsanar fallas de mercado.
- Se basan en el principio de subsidiariedad.
- Están orientados a la demanda.
- Buscan la participación del sector privado.
- Se fundamentan en políticas horizontales o uniformes.
- Los programas de fomento cubren diferentes necesidades.
- La variable típica de evaluación de los programas (cuando existe), es el número de empresas atendidas.

En el caso de México las políticas de fortalecimiento y desarrollo empresarial más comunes y aplicables son⁴⁹:

Finanzas: sistemas de garantías de préstamos, préstamos, fondos de capital de riesgo, bonificación de primas de seguros de crédito, subsidio a la tasa de interés, microcréditos, servicios de asistencia financiera, préstamos para MIPyMES dirigidas a mujeres, ayuda financiera para nuevos emprendimientos, fondos regionales de inversión, leasing y factoring, .

⁴⁹ Cfr. ZEVALLOS V., Emilio.- "Micro, Pequeñas y Medianas empresas en América Latina." REVISTA DE LA CEPAL. Naciones Unidas. Número 79, Abril. 2003, Santiago de Chile. Pág. 64.

Tecnología e información: apoyo financiero, crédito fiscal, consejería tecnológica, incubadoras de empresas, parques tecnológicos, one stop shop, fondos de asistencia técnica, programas de calidad, fomento de la competitividad y consejeros empresariales.

Comercialización y comercio exterior: programas para nuevos exportadores, información de mercados, apoyo a promoción comercial, asistencia a ferias, folletería, programas de promoción a exportaciones.

Estructura regulatoria y competencia: revisión de la estructura tributaria, simplificación de trámites para pago de impuestos y actividades de exportación, a través del reintegro, modernización de la gestión pública.

Organización y cooperación: organizaciones que impulsan los valores, emprendedores, a través de foros, redes empresariales territoriales, fortalecimiento municipal, mejora de gestión en recursos humanos, agencias de desarrollo regional.

Recursos humanos: crédito fiscal para capacitación, capacitación laboral para mujeres jóvenes, empresarios y trabajadores, programa nacional de capacitación, servicios públicos y privados de capacitación.

Otras acciones: mejora en los servicios públicos de infraestructura, programas de cofinanciamiento y subsidio a la empresa.

Sin embargo a decir del mismo autor, existen todavía muchos rezagos en los diferentes rubros señalados, que son:

En el ámbito financiero, el problema recurrente es el de acceso al capital, que deriva de fallas en el mercado de capitales, como el escaso financiamiento de capital de riesgo, los excesivos trámites, las altas tasas y los plazos restringidos.

En cuanto a la tecnología e información, los problemas principales son la ausencia de tecnología apropiada a costos accesibles, y por otro lado, el poco acceso a la ya existente, la precaria actualización de equipos y maquinaria, diseño de productos y la falta de sistemas de información de proveedores, compradores, etc.

Por lo que hace a la comercialización y comercio exterior y dado el creciente tamaño de la globalización el problema lo constituye la falta de acceso a la información y los servicios y algunas disposiciones y trámites que obstaculizan el comercio y en cuanto a los mercados, la presencia del sector informal como competencia desleal genera limitaciones a las formales.

En lo que se refiere a la Estructura regulatoria y competencia el problema a enfrentar es la inseguridad jurídica que generan los trámites para registrar marcas y patentes, la escasa persecución contra la piratería y la corrupción de las instituciones.

En el ámbito de la organización y cooperación los empresarios manifiestan la falta de cooperación entre las empresas, entre las pequeñas y las grandes empresas y la ausencia de la cultura empresarial. Dichos problemas se traducen en la falta de educación al respecto.

En el sector de recursos humanos el principal problema lo representa la falta de acción institucional para hacer un inventario de los instrumentos de calificación laboral y empresarial, evaluar la eficacia de esos instrumentos y la carga social que representa para el empresario, el trabajador de su empresa.

De gran mérito, son los esfuerzos realizados por diversas instituciones en nuestro país, que sin embargo no han rendido los frutos suficientes para calificar su funcionalidad al menos como aceptable.

Como ejemplo de ello tenemos, el llevado a cabo por el Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac (IDEA), Órgano descentralizado de la Escuela de Economía y Negocios de la Universidad Anáhuac (México), que decidió incursionar en el servicio y la promoción de la pequeña y mediana empresa.

Se creó un modelo de gestión empresarial que pretendía atender al pequeño y mediano empresario y a los gerentes municipales al unísono. Los primeros con el propósito de desarrollar habilidades directivas requeridas en un nuevo marco de competitividad que imponen el mercado y el contexto actual de los negocios en el mundo y a los segundos con el objetivo de profesionalizar la administración municipal en la tarea de promoción de proyectos con una mayor eficiencia y vocación empresarial con responsabilidad social, bajo un nuevo estado.

Este proyecto planteó su viabilidad a partir de los siguientes elementos:

- Inserción en una comunidad empresarial de más de 5,000 miembros.
- Enfoque fundamentalmente empresarial
- Sinergia con otros programas de apoyo a la pequeña empresa
- Orientación a empresas con alto potencial de crecimiento a la formación de multiplicadores.

Consideraron como objetivo fundamental de la profesionalización de un empresario, el que desarrollara sus habilidades directivas y pudiera aplicarlas en su campo de acción en forma eficaz, para utilizaron casos mexicanos y centroamericanos con orientación estratégica, es decir, descripciones escritas

organizadas de una situación en la que una empresa real se enfrentó a problemas u oportunidades y tuvo que tomar decisiones. El caso relaciona cronológicamente una secuencia de hechos, inferencias y eventos en él.

Tópicamente los casos proporcionan la historia de la empresa, información de la industria y del entorno, estructura organizacional, así como acciones, parámetros y decisiones de mercadotecnia, datos financieros, una descripción del proceso productivo, comentarios de la administración de la empresa, de sus empleados y alguna información de sus principales competidores.

El director de la empresa, se responsabiliza de la formulación de una estrategia; siguiendo el criterio de elaboración de un plan de negocios, que le permitirá analizar la empresa motivo de estudio en una forma completa y estructurada, que cubre los siguientes puntos:

a) Descripción de la empresa. En esta sección, se recopila la información sobre la ubicación de la empresa, su forma de constitución legal, la naturaleza y alcance de sus negocios, sus productos o servicios principales, su misión, sus objetivos, los logros obtenidos a la fecha, sus dirigentes, sus alianzas estratégicas, etc.

b) Plan de Productos y Servicios. El propósito de esta sección es describir los productos y/o servicios que brinda la empresa, haciendo hincapié en los atributos y ventajas competitivas de los mismos.

c) Plan de Mercadotecnia. En este inciso se describe el mercado en el que la empresa va a presentar sus productos y/o servicios. La empresa requiere definir dentro del mercado, en caso de ser posible, aquella parte del mismo en que se va a enfocar, con la mayor precisión posible.

d) Plan de operación. La empresa debe determinar los procesos clave en su negocio, definir la capacidad instalada y el impacto ambiental.

e) Plan administrativo. El empresario debe determinar la estructura de la organización, definiendo los niveles jerárquicos y los departamentos y los puestos individuales. Deberá incluir el estilo de liderazgo, la sucesión en la alta dirección, así como el sistema de reclutamiento del personal y los planes de capacitación.

f) Plan financiero. La empresa deberá mostrar en este inciso la información histórica así como los pronósticos futuros, además de los requerimientos de capital.

g) Resumen ejecutivo. El plan de negocios le ayuda a concentrarse en los factores clave para el éxito de la empresa y en las prioridades más sobresalientes. Le ayuda a fijar los objetivos realmente importantes que han de alcanzarse para asegurar el éxito de la empresa y ocuparse de situaciones particulares según vayan saliendo a la luz dichas prioridades.

Como comentamos en el acápite anterior, en los últimos años el gobierno federal, se ha encargado de promover, a través de las diferentes secretarías de Estado, diversos programas de apoyo, algunos de ellos duplicados por sus mismas entidades, que buscan restituir y recuperar la solidez de una industria mexicana, que se ha visto seriamente afectada con la globalización.

Dentro del marco federal y estatal, existen infinidad de pequeños programas de apoyo, que hasta el año 2000, resultaban insuficientes, por lo que nos avocaremos a señalar únicamente los de reciente creación, así como los más importantes.

Dentro de lo que corresponde a la Secretaría de Economía, podemos señalar el Fondo de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FAMPyME). Que tiene como fin, el apoyar de manera integral la competitividad de las micro, pequeña y medianas empresas, la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa está instrumentando el FAMPyME. Este fondo tiene como líneas de apoyo:

- Capacitación, asesoría y consultoría para MPyMEs.
- Formación de consultores, asesores y promotores.
- Constituir fondos de garantía.
- Elaboración de estudios para la competitividad de las MPyMEs.
- Formación de centros de vinculación empresarial.
- Integración de bancos de información.

Las acciones que está realizando la Secretaría a través del FAMPyME se llevan a cabo en coordinación con gobiernos estatales y municipales, el sector privado, sector académico y diversas instituciones públicas y privadas.

Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas (FIDECAP). El FIDECAP tiene como objetivo apoyar el desarrollo de proyectos productivos en beneficio de las micro, pequeñas y medianas empresas para generar las condiciones que permitan su integración a la cadena productiva: industrial, comercial y de servicios.

Asimismo, a través de la canalización de recursos del fondo se busca contribuir a la generación de empleos permanentes y bien remunerados; fomentar la integración y la asociación empresarial, y apoyar proyectos de alto impacto que contribuyan al fortalecimiento de diversos sectores o regiones productivas del país.

Los recursos del fondo se destinan a las siguientes líneas de apoyo:

- A proyectos productivos de MPyMEs;
- Para constituir fondos de garantía;
- Para la elaboración de estudios.
- Para la formación de centros de vinculación empresarial, y
- Para la integración de bancos de información.

Portal CONTACTO PyME Sistema de información vía INTERNET que funciona como elemento de asistencia técnica para la actividad empresarial de las MPyMEs.

Programa CONSULTE. Tiene como objetivo la formación de consultores universitarios mediante capacitación teórico – práctica, de un año de duración, para alumnos de último semestre, recién egresados y profesores de las carreras de ingeniería y económico – administrativas. Al término de la formación se promoverá su certificación con base en la norma de consultoría del CONOCER.

Consultoría Especializada en Tecnología. Fomentar la innovación tecnológica en las pequeñas y medianas empresas, a través de los servicios de capacitación, asesoría y vinculación por medio de los Asesores Tecnológicos Empresariales (ATE'S) orientados a tender sectores metalmecánica, automotriz y software.

La asistencia técnica consiste en diagnóstico, plan de crecimiento, desarrollo y vinculación con instituciones de apoyo.

Oportunidades de Negocio. Se orienta a identificar y promover contactos de negocio para las MPyMEs, para lo cual se utilizan como mecanismos los encuentros nacionales de desarrollo de proveedores y la generación de bases de datos, como el Sistema de Subcontratación Industrial y la Bolsa de Oportunidades, para difundir oferta y demanda.

En lo que corresponde al Banco Nacional de Comercio Exterior, tenemos el programa denominado Joven Creatividad Empresarial. Que apoya con aportaciones temporales de capital, a proyectos y empresas de jóvenes profesionistas para que, con la participación de Instituciones Educativas con reconocimiento oficial, formen o consoliden exitosamente pequeñas empresas con potencial y económicamente viables.

Financiamiento PyME. Ofrece créditos para financiar el equipamiento y capital de trabajo de pequeñas y medianas empresas relacionadas directa o indirectamente con la exportación. Seguro de Crédito de Exportación Protege al exportador contra el riesgo de falta de pago de sus compradores.

Por su parte Nacional Financiera, con su programa Cadenas Productivas, resulta un Instrumento de apoyo para la obtención de liquidez inmediata mediante el descuento electrónico de facturas al integrarse la empresa a una cadena productiva. Además de ofrecer servicios de valor agregado como: capacitación y tecnología.

En lo que corresponde a la Secretaría de Turismo, el Programa para la Modernización de la Pequeña y Mediana Empresa Turística, tiene el objetivo de proporcionar a hoteles, restaurantes y agencias de viajes, el acceso a modelos de dirección por calidad, innovación tecnológica y administración profesional, facilitando además, instrumentos de financiamiento que impulsen la modernización de las PyMEs turísticas.

3.5. EL EMPRESARIO Y SUS OBLIGACIONES

Todos los comerciantes, ya sean personas físicas o morales, tienen las siguientes obligaciones comunes:

- a) Anuncio o aviso de la calidad mercantil.
- b) Inscripción de documentos en el registro Público de Comercio;
- c) Llevar contabilidad de las operaciones efectuadas;
- d) Guardar la correspondencia relacionada con las operaciones del negocio.

Anuncio o Aviso de la calidad mercantil.

Este aviso consiste en comunicar por medio de circular, la apertura del establecimiento o despacho de su propiedad, en las plazas en que tengan domicilio, sucursales, relaciones o corresponsales, a través de los medios de comunicación más idóneos. También se hace por publicación en el periódico oficial o en el de mayor circulación.

El anuncio deberá contener el nombre de la empresa, su domicilio, giro o actividad, el nombre y firma de las personas encargadas de su administración o de sus representantes. La naturaleza, la indicación del gerente o gerentes, la razón social, la denominación y las personas autorizadas para usarlo; la designación de las casas sucursales y agencias.⁵⁰

Inscripción de documentos en el Registro Público del Comercio.

⁵⁰ QUINTANA ADRIANO, Elvia Arcelia.- Ciencia del Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México. 2002. Pág. 279.

La inscripción de documentos en el Registro Público del Comercio es voluntaria para los comerciante individuales, o sean, personas físicas, pero es una obligación para las sociedades mercantiles.

En el artículo 21 del Código de Comercio se indica qué documentos y datos deberán ser registrados en la hoja de inscripción de cada comerciante o sociedad mercantil.

El fin de la inscripción es para que cualquier persona pueda consultar la información contenida en los folios del propio Registro.

Obligación de llevar contabilidad.

El artículo 33 del código de Comercio dispone que los comerciantes están obligados a llevar registro de todas sus operaciones cuando menos en tres libros de contabilidad que son: libro de inventarios y balances, libro diario general y libro mayor, cuando se trate de sociedades mercantiles deberán llevar, además un libro de actas, en el cual se registrarán las actas correspondientes a las asambleas de accionistas o de socios.

Algunas disposiciones en torno a la contabilidad de los comerciantes son las siguientes:

1. Los libros deberán autorizarse por la oficina Federal de Hacienda estando encuadernados y foliados, aunque en algunos casos, cuando los registros se llevan

en máquina para contabilidad, se autorizan los libros o registros en hojas sueltas sin encuadernar;

2.Las anotaciones se harán en los libros en idioma español y en moneda nacional.

3.Queda prohibido borrar, dejar huecos, tachar lo equivocado, pues los errores se corregirán mediante asientos referentes a la anotación equivocada; y

4.Las operaciones se registrarán por orden progresivo de fechas.

En cuanto al sistema de contabilidad que convenga establecer en una empresa, éste dependerá del criterio del contador y de las necesidades de la negociación, así como de las exigencias fiscales que deban satisfacer.

Obligación de guardar la correspondencia

Los comerciantes están obligados a guardar toda correspondencia que reciban relacionada con sus operaciones o giro, anotando la fecha en que fueron recibidas las cartas y los telegramas. Esta anotación se hace al reverso de los mismo, así como si fueron contestados o no.

Respecto a la correspondencia que envían, deberán dejar copia de las cartas y telegramas que hayan remitido, con las que irán formando un archivo al que recurrirá en caso necesario.

3.6. LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

La profesionalización de la empresa tiene lugar cuando el empresario decide iniciar el cambio organizacional, deberá pensar en profesionalizar a las distintas personas que forman su empresa y por supuesto así mismo.

CAPACITACIÓN DEL EMPRESARIO.

Unos de los aspectos trascendentes dentro de la profesionalización del empresario corresponde a la importancia de la selección y calificación de su plantilla laboral, en este sentido la Autora Ma. Angélica Raya Sánchez⁵¹ nos presenta un panorama general de la problemática que se presenta en este ámbito.

Los empresarios de las micro y pequeñas empresas casi nunca consideran importante realizar el proceso de reclutamiento y selección porque no lo conocen, y de llegarlo a realizar no todos tienen claro que es lo que tienen que hacer.

El recurso al que casi siempre se recurre es al de los familiares o amigos más cercanos, quienes por lo regular no cubren las necesidades y requerimientos de los puestos para los que fueron reclutados.

Esto trae como consecuencia que los objetivos se cumplan a medias, o bien, simplemente no se lleven a cabo.

⁵¹ RAYA SÁNCHEZ, Angélica- "El ABC para el reclutamiento y selección en las Micro y Pequeñas Empresas." Revista Emprendedores. Editado por FCA - UNAM. México. No 79. Enero Febrero. 2003. Pág. 22.

Ante esta realidad la autora nos señala una serie de pasos a tomar en cuenta para realizar una adecuado proceso de reclutamiento y selección:

1) Descripción del puesto: que consiste en identificar que actividades se deben cubrir, ubicando desde la más sencilla, hasta la más complicada y con que periodicidad se realizan.

2) Perfil del puesto: consiste en enlistar las características que debe poseer la persona que realizará las actividades. Estas características deberán ser:

Físicas: aquellas que nos indican estatura, habilidades motoras o manuales necesarias, etc.;

Nivel De Conocimientos: referente al nivel escolar.

Actitud: la forma de conducirse al brindar un servicio;

Una vez que se han cumplido los dos pasos señalados, estamos en condiciones de iniciar nuestro proceso de reclutamiento que es tercer paso a seguir:

3) Reclutamiento: el reclutamiento es el proceso mediante el cual nos hacemos llegar de candidatos idóneos para cubrir las necesidades antes expuestas. El reclutamiento lo podemos dividir en dos formas simples: externo e interno, el primero de ellos se puede llevar cabo mediante anuncios en periódicos, bolsas de trabajo, agencias de colocación, revistas especializadas, etc.; el segundo, mediante candidatos internos de nuestro círculo de empresa.

4) Selección: Consiste en la identificación del personal idóneo para el puesto, a través de técnicas de recopilación de información que nos permiten

conocer más al individuo como candidato.

Las técnicas más usuales de recopilación de información son por medio de entrevistas, cuestionarios o exámenes, éstos deberán inquirir al candidato en sus conocimientos generales, conocimientos especializados, psicológicos, socioeconómicos y médicos. Exámenes que con poca regularidad se aplican en la práctica profesional y además de que no son congruentes con las necesidades de la micro y mediana empresa, además de no ser aplicadas por personal calificado para tal efecto.

Dentro del ámbito material laboral, es igualmente importante para el empresario lo que corresponde a la capacitación del personal a su cargo, no obstante de la obligación que la Ley en la materia le constriñe.

La capacitación representa el mejorar las aptitudes y actitudes de los colaboradores que integran las organizaciones sin importar el tamaño de éstas. Sin embargo no debemos confundir la capacitación con términos afines, como el adiestramiento o el entrenamiento. La Capacitación se enfoca a mejorar conocimientos; el adiestramiento, son los procesos para mejorar habilidades psicomotrices, en tanto que el entrenamiento es la conjunción de ambas.

Se llega a tener una idea errónea sobre la capacitación. La más común es que sólo las grandes empresas pueden darla. De ahí se desprenden otros errores, que abarcan desde la concepción que tiene el patrón de ella, su concepción jurídica, los pasos que de acuerdo a la metodología se deben seguir, las herramientas que se aplican para impartirla, los males que se pretenden curar, hasta el como se debe de evaluar.

En este sentido Javier Correo Montejó⁵² señala que el empresario tiene que definir y entender la esencia de su negocio, ya que esto no requiere de una inversión de dinero, sino que es el resultado de una inversión directa acerca de sí mismo y su actividad. Por lo que debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- 1) Tener bien definido metas y objetivos.
- 2) Conocer a fondo el producto y servicios que vende, sus costos y componentes.
- 3) Conocer el mercado en el que compite, sus variaciones, el precio del producto de la competencia y la Amplitud del mercado.
- 4) Conocer las necesidades de sus clientes, así como sus preferencias y saber a que segmento poblacional pertenece su empresa.
- 5) Conocer todos los aspectos legales que aplican a su empresa.
- 6) Tener bien claro cuanto quiere ganar y estar siempre motivado para sacar adelante su negocio.

Una vez que se han cumplido con estas consideraciones, se estará en condiciones de llevar a cabo el proceso de capacitación; cuyo primer objetivo es que el empresario se asegure de que el personal conozca su trabajo y lo haga correctamente.

Es importante que el empresario a su vez, haga una detección dentro de su plantilla laboral, de las actividades que el trabajador conoce y ejecuta bien, lo que conoce pero no lo ejecuta y lo que de plano desconoce y no sabe que hacer.

Una vez que se ha detectado las necesidades de capacitación, el siguiente paso es determinar quien debe impartir dicha capacitación, para ello se

⁵² CORREO MONTEJO, Javier.- "¿Por Qué sí a la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas?" Revista Emprendedores. Editado por FCA - UNAM. México. No 79. Enero Febrero. 2003. Pág. 45.

recomienda acudir a las Cámaras del ramo empresarial de que se trate, Institutos, academias, etc. Que ya se encuentren impartiendo los conocimientos que el empresario necesita. Otra opción son profesionistas independientes que conozcan y tengan experiencia en el tema. Existen también despachos especializados en capacitación que los podrían realizar y también tendríamos a los propios proveedores, que fungirían como asesores en el proceso.

Cualidades Individuales Del Perfil Del Empresario

El autor Francisco Martínez García, nos enumera una serie de cualidades subjetivas que debe cubrir el perfil del empresario, un tema muy estudiado por la doctrina en general, pero que a nuestro criterio representa un elemento muy importante para el desarrollo empresarial.

Ser Líder: el empresario debe ser capaz de llevar a sus colaboradores a cumplir con los objetivos organizacionales que se han establecido; a falta de estímulos económicos, la motivación personal, en base a los logros obtenidos, es un medio eficaz para cumplir con dichos objetivos.

Ser Emprendedor: la creatividad e innovación son dos requerimientos básicos para la permanencia de la empresa en el mercado, siempre conciente del riesgo y oportunidades que un nuevo negocio represente.

Ser Audaz: Implica aprovechar las oportunidades que se vayan presentando, ya que estas se presentan esporádicas y difícilmente se llegan a presentar.

Ser Visionario: Consiste en tener bien definida la posición que se desea alcanzar en un futuro próximo, estableciendo metas y términos para su

cumplimiento. Además debe conocer el ambiente interno e externo en que se desarrolla la empresa.

Ser Seguro: debe ser estable emocionalmente, lo que le facilitará la toma de decisiones y su acatamiento sin cuestionamiento por parte de los empleados.

Ser Negociador: Debe tener claramente definido lo que pretende obtener, sin perder de vista que debe generar acuerdos con la otra parte negociadora, con el objetivo de lograr beneficios para ambos.

Ser Honesto Y Responsable: lo que se traduce en seguridad, credibilidad y en la reducción de los conflictos que se pudieran presentar dentro y fuera de la organización, además de la plena conciencia del papel que desempeña dentro de la sociedad, la familia y él mismo.

Ser Tenaz: Que significa, el no desalentarse frente a las adversidades, nunca dejar de pelear por el objetivo planteado y no decaer, al igual que esforzarse y hacer lo mejor posible.

Cabe señalar que el empresario puede no contar con estas cualidades mencionadas, pero es menester que se allegue de elementos o individuos que cumplan con el perfil establecido; lo cual según nos dice el propio autor, no garantiza de forma alguna el éxito del micro y pequeño empresario, sino es solamente una guía que le ayudará a manejar de forma más apropiada su organización.⁵³

Análisis De Los Puestos Directivos

⁵³ MARTÍNEZ GARCÍA, Francisco.- "Perfil del Micro y Pequeño Empresario". Revista Emprendedores. Editado por FCA - UNAM. México. No 79. Enero Febrero. 2003. Pag. 39.

En esta fase, la tarea del empresario y asesores expertos, será analizar las competencias y formación requeridas para cada puesto directivo de responsabilidad, información indispensable para averiguar las carencias de los actuales trabajadores y poder diseñar una formación personalizada y adecuada para cada uno de ellos.

Diseño De La Formación Y Mentoring

En un segundo momento, y anterior a la toma de posesión de los cargos directivos, el disponer de un asesor externo, que obre como mentor o tutor *del nuevo director facilitar que éste aprenda a aplicar en la praxis diaria toda la teoría estudiada, con ayuda de la experiencia que dicho experto ha ido acumulando a lo largo de su vida profesional, y así, agilizar los procesos de integración y asimilación de la nueva realidad empresarial.*

Profesionalizar El Consejo De Administración

El Consejo de Administración, como órgano de gobierno supervisa la dirección estratégica de la empresa y debe garantizar la información económico – financiera y tutelar el desarrollo del equipo directivo. Además se constituye en una auténtica escuela de formación para los directivos y puede actuar como el órgano de gobierno por excelencia una vez el empresario ha completado la profesionalización con éxito, reservándose para sí el cargo de Presidente del Consejo de Administración.

Creemos adecuado significar además, la conveniencia de incorporar en el Consejo de Administración de la empresa a consejeros independientes y profesionales. Siendo esta la manera en que mejor podemos contribuir y velar para que la profesionalización de la *empresa y del empresario se completen y complementen, esto es: profesionalizando los Consejos de Administración.*

Formación De Directivos Y Altos Cargos

Profesionalizar la empresa es labor delicada que dará su recompensa con buenos resultados de integración y alta motivación. Los programas de capacitación tanto si son a medida como reglados tendrán que dar solución a la necesidad real y particular de todas las personas de nuestra empresa, en concordancia con los requerimientos de la organización.

Profesionalizar la empresa se traducirá en analizar las necesidades y planificar la formación. Cuando se llega a ciertos niveles formativos, los mejores resultados suelen darlos las soluciones que contemplan la forma del *coaching o entrenador como transmisión de conocimientos* aplicados y prácticos.

Creación Y Coaching Al Comité Ejecutivo

La empresa, si alcanza un cierto tamaño que requiere un considerable número de directivos, precisa de una fórmula idónea para dirigir la organización hacia unas metas comunes, compartidas e integradoras, por el camino más eficaz y productivo, que suele ser la creación de un Comité de Dirección o Comité Ejecutivo, como garantía de trabajo coordinado y en equipo. Esta necesaria profesionalización de los sistemas de dirección debe perseguir la formulación de una estrategia empresarial basada en una planificación económica y financiera a medio y largo plazo. A menudo, los empresarios para salvaguardar una labor eficiente y eficazmente direccionada del mismo, en sus inicios, requieren del coaching dentro del propio Comité de Dirección, por parte de un profesional independiente como facilitador de una visión externa y global.

3.6. PERSPECTIVAS ECONÓMICAS

Sin duda alguna, la actividad empresarial es base de actividad económica estatal y particular. Es por ello que si el empresario establece un control adecuado de la empresa por ende traerá aparejada un buen avío que se reflejará en la clientela y en sus perspectivas económicas.

Esto es, que si el empresario se profesionaliza, es decir, que si toma en cuenta los aspectos jurídicos en el momento de su constitución tendrá como consecuencia que el aspecto económico y sus perspectivas del mismo pueden tener mejor garantía, aclarando que el comercio es un riesgo que se basa en la oferta y la demanda del mercado.

Pero tomando en consideración que si hacemos las cosas como se deben desde el punto de vista jurídico y económico el empresario tendrá mayores posibilidades de un fruto económico ya que de no hacerlo así estaremos condicionados a las circunstancias que se presenten en el momento.

Debemos tomar en cuenta a su vez, que al hablar de Micro, Pequeñas y Medianas empresas, en muchas ocasiones los empresarios tienen el desconocimiento para emprender adecuadamente su actividad comercial y por obvio de circunstancias, si no se tienen los elementos técnicos adecuados menores posibilidades de desarrollo económico.

Con todo lo anterior, queremos dar a entender que si el comerciante o empresario se profesionaliza, tendrá mayor éxito en su negocio y al suceder esto la viabilidad económica del comerciante y del Estado estará en mejores condiciones para su crecimiento y una competitividad a nivel interno y por que no, continuando bajo la misma tesitura, a nivel internacional.

3.7. PERSPECTIVAS JURÍDICAS

Lamentablemente la doctrina jurídica no ha alcanzado un concepto de empresa que sea de general aceptación. En la actualidad la empresa es considerada tanto como una persona jurídica, como un patrimonio de afectación, como una universalidad, como una actividad, como una organización, como una comunidad de personas, etc.

Surge entonces la interrogante de que si la realidad de la empresa en cuanto tal existe, ¿Por qué no puede existir para el derecho?, ¿Por qué el derecho no ha sido capaz de reflejar esa realidad?

En este sentido cabe destacar que estamos en un proceso de asimilación gradual que se fortalece con las discusiones doctrinarias y las necesidades actuales, y que obligan al abandono y superación de las antiguas concepciones doctrinales aun vigentes.

Asimismo, es menester precisar que esta problemática no es privativa de nuestro sistema jurídico, ya que es una realidad que todavía está en vísperas de una solución en el ámbito internacional.

La discusión de fondo para el derecho radica en si la empresa debe ser o no una entidad dotada de personalidad jurídica, si la empresa como tal puede ser objeto directo de tráfico jurídico o por el contrario, si sólo pueden serlo los elementos que la conforman.

En el primer caso se estaría reconociendo la existencia jurídica de la empresa y la consecuente aplicación del principio de personalidad, esto es, la empresa como sujeto de derecho. En el segundo caso, en cambio, se estaría reconociendo únicamente los elementos que la conforman y sólo estos podrían ser objeto directo de actos jurídicos y derechos, cada uno según su régimen jurídico propio, en cuyo caso regiría el principio de especialidad.

Si queremos que nuestro derecho mercantil se modernice y pase de ser un derecho que gire en torno al acto de comercio a ser un derecho de empresa, debemos asumir el desafío de alcanzar un concepto jurídico de la misma, reconocer jurídicamente su existencia.

Al respecto, cualquier esfuerzo, de carácter público o privado, encaminado al fortalecimiento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas se diluye frente al vacío doctrinario y legislativo que existe en torno a la empresa.

Es por ello, que vemos con desaliento, los precarios resultados obtenidos de la implementación de diversos programas por parte de diferentes instituciones, asociaciones y cámaras comerciales, así como de un mal enfocado trabajo legislativo. Concretamente nos referimos a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, cuya aplicación ha

resultado deficiente en razón de que por principio no establece lineamientos claros acerca de la forma en que se aplicarán los programas, además que la creación de los mismos se deja a la libre potestad de los miembros del Consejo, que no tiene la obligación de estructurarlos en un periodo de tiempo determinado.

Cabe mencionar, que aunque estamos condicionados a la buena fe, de los encargados de llevar a cabo la política económica en nuestro país, los programas implementados parecen, de acuerdo a la forma y estructura de los mismos, únicamente destinados a cumplir con las recomendaciones que a nivel internacional se realizan al respecto, como en el caso de la CEPAL, antes mencionado; sin verdaderamente preocuparse por la situación de nuestra empresa nacional, que pierde cada vez más terreno frente a las trasnacionales.

3.8. PROPUESTA.

Si bien es cierto, existen disposiciones legales que determinan las obligaciones del comerciante y algunas instituciones que supuestamente auxilian al pequeño y mediano empresario, MiPyMEs, también lo es que nos falta mucho por aplicar, en virtud de que las normas son dispositivas, es decir, su cumplimiento se deja a la libre potestad de los interesados, es por ello que dichas normas deben ser taxativas.

Dentro del aspecto jurídico a nivel de propuesta práctica existen infinidad de aspectos y leyes que es necesario revisar a conciencia y llevado al extremo, concentrar en una sola legislación enfocada a la Empresa, sin embargo, sabemos de lo complicado y difícil que sería esto, además de las series implicaciones y opiniones contrarias que a nivel doctrinario se presentarían.

Por ello, consideramos únicamente aquellas situaciones que de acuerdo a nuestro criterio son más viables, así como de fácil consecución. En este orden de ideas, nuestra propuesta implica las siguientes observaciones:

1. Que las personas físicas que pretendan ejercer la profesión del comercio, se sometan obligatoriamente a una asesoría técnica y jurídica;

Empero, existen instituciones gubernamentales y no gubernamentales, que se encargan de brindar una asesoría, muchas veces gratuita, a dichas personas, lo cierto es, que es potestativa, por lo que el interesado puede o no solicitarla y llevarla a cabo.

2. Que las obligaciones del comerciante establecidas en el Código de comercio deben de aplicarse de estricto derecho, estableciendo sanciones para el caso de incumplimiento. Esto es, que todos aquellos puntos que tratamos dentro de las obligaciones del empresario, se lleven a la práctica tal cual son, bajo una supervisión estricta del Estado al respecto, que sabemos que existe y que debido a cuestiones humanas no son debidamente vigiladas.

En este sentido y sin duda alguna la aplicación de sanciones más severas tanto a los comerciantes que no cumplan con dichos requisitos, como de las autoridades que no lleven a cabo su labor y pasen por alto dichas irregularidades, contribuiría grandemente a la profesionalización de la Empresa Nacional.

3. Asimismo, las normas que regulan al comerciante o empresario y a la empresa deben estar coordinadas y ser uniformes en cuanto a su contenido, que se reflejará en su debida aplicación. Esto es, sin pretender cambiar la concepción jurídica del derecho mercantil y llevarla a un derecho empresarial, si consideramos viable y necesario la uniformidad en cuanto al criterio y lenguaje que las distintas

leyes de la materia utilizan para referirse a la Empresa y sus elementos constitutivos.

4. La creación programas gubernamentales dedicados al efecto de regularizar jurídicamente a los Micro, Pequeñas y Medianos empresarios;

Ya si bien es cierto, pedimos una mayor vigilancia respecto de los empresarios que pretendan constituirse, siempre por supuesto en su beneficio, también lo es, el hecho de que debemos buscar la supervivencia y permanencia de aquellos que se encuentran funcionando y trabajando en la actualidad, ya que ellos son el motor de nuestra economía y factor principal del mejoramiento de las condiciones generales de la sociedad.

5. Por último, reformar el artículo 19 del Código de Comercio, obligando al comerciante persona física a inscribirse en el Registro Público del Comercio y que este a se instituya a nivel nacional. Quedando de la siguiente manera:

“Artículo 19.- La inscripción o matrícula en el registro mercantil será obligatoria para todos las personas que se dediquen al comercio, ya sean personas físicas o sociedades mercantiles.”

Por último, consideramos necesario aclarar, que aunque las medidas propuestas parecen superficialmente contrarias al sano desarrollo económico, al sancionar y ser más estrictos en cuanto a la constitución de nuevas empresas, principalmente las Micro y pequeñas, no debemos perder de vista el principal objetivo de nuestra investigación, que es la profesionalización y los beneficios que trae inmersa.

Para ser competitivos a nivel interno y externo, debemos fortalecer las bases sobre las que se cimienta nuestra economía, la aplicación de programas de

capacitación, rendimiento, contabilidad, recursos humanos, etc. En torno a todos los aspectos de la Empresa, sin duda alguna las consolidaría dentro su mercado, brindándoles incluso la posibilidad de expansión.

CONCLUSIONES

PRIMERA. El comercio, es la actividad humana por excelencia, motor indiscutible del desarrollo y la evolución del hombre moderno.

SEGUNDA. El Derecho mercantil ha evolucionado hacia un derecho de la empresa, donde solo los grandes comerciantes, dedicados única y exclusivamente a la actividad comercial sean regulados por esta materia.

TERCERA. Para que se complete la transición del derecho de los actos de comercio y de los comerciantes al derecho de la empresa, será necesaria una transformación y unificación de la legislación mercantil.

CUARTA. El reconocimiento de una personalidad jurídica a la empresa es indispensable para la consolidación de esta figura.

QUINTA. Al realizarse la apertura comercial mundial, denominada comúnmente globalización, las empresas mexicanas no se encontraban preparadas para la competencia internacional.

SEXTA. A partir de 1980 a la fecha miles de empresas nacionales han desaparecido a consecuencia de este fenómeno económico.

SÉPTIMA. El 99.7 por ciento de las empresas actualmente constituidas en nuestro país pertenece al rubro de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Mientras que el 35 por ciento de todas ellas son familiares.

OCTAVA. Para fortalecer este cimiento básico de la economía nacional es necesario adoptar medidas más rigoristas en cuanto a la formación y registro de las empresas, así como de la necesaria capacitación de las mismas, a fin de garantizar su supervivencia y permanencia en el mercado.

NOVENA. Los programas gubernamentales de apoyo económico, por si solos resultan insuficientes para lograr los objetivos que se plantean, son necesarias modificaciones legales que garanticen la correcta utilización de los recursos destinados para tal efecto.

DÉCIMA. La profesionalización de la empresa tiene lugar cuando el empresario decide iniciar el cambio organizacional, deberá pensar en profesionalizar a las distintas personas que forman su empresa y por supuesto así mismo.

UNDÉCIMA. Con todo lo anterior, queremos dar a entender que si el comerciante o empresario se profesionaliza, tendrá mayor éxito en su negocio y al suceder esto la viabilidad económica del comerciante y del Estado estará en mejores condiciones para su crecimiento y una competitividad a nivel interno y por que no, continuando bajo la misma tesitura, a nivel internacional.

DUODÉCIMA. Si queremos que nuestro derecho mercantil se modernice y pase de ser un derecho que gire en torno al acto de comercio a ser un derecho de empresa, debemos asumir el desafío de alcanzar un concepto jurídico de la misma, reconocer jurídicamente su existencia.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA ROMERO, Miguel.- Tratado De Sociedades Mercantiles Con Énfasis En La Sociedad Anónima. Editorial Porrúa. 1ª edición. México 2001. Pp. 860.
- ACOSTA ROMERO, Miguel y LARA LUNA, Julieta Araceli.- Nuevo Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México 2000. Pp. 576.
- , Miguel.- Derecho Bancario. Editorial Porrúa. México 2000.
- ARTEAGA ECHEVERRÍA, Ignacio.- En Busca del Concepto Jurídico de Empresa. Revista Chilena de Derecho. Volumen 29. Número 3. Chile. Octubre de 2001.
- ATHIÉ GUTIERREZ, Amado.- Derecho Mercantil. Editorial Mc Graw-Hill. 2ª edición. México 2002. Pp. 722.
- BARRERA GRAF, Jorge.- Tratado De Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México, 1957. Pp. 480.
- , Jorge.- Temas de Derecho Mercantil. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. México, 1989.
- , Jorge.- Tratado de Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México. 1957.
- BRUNETTI, Antonio.- Sociedades mercantiles. Editorial Jurídica Universitaria. México 2001. Pp. 1024.
- CALVO MARROQUÍN, Octavio.- Derecho Mercantil. Editorial Banca y Comercio, México 1993. Pp. 410.
- CERVANTES AHUMADA, Raúl.- Derecho Mercantil 1er Curso. Editorial Porrúa. 3ª reimpresión. México 1980. Pp. 688.
- CORREO MONTEJO, Javier.- "¿Por Qué si a la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas" Revista Emprendedores. Editado por FCA – UNAM. México. No 79. Enero Febrero. 2003.
- DE PINA VARA, Rafael.- Derecho Mercantil Mexicano. Editorial Porrúa. 28ª edición. México, 2002. Pp. 584.
- GARCÍA RENDÓN, Manuel.- Sociedades Mercantiles. Editorial Harla. México 1993. Pp. 620.

GARRIGUES, Joaquín.- Curso De Derecho Mercantil Tomo I . Editorial Porrúa. 2ª reimpresión. México 1998. Pp. 970.

GUERRERO, Euquerio. Manual de relaciones Industriales. Editorial Porrúa. 3ª edición. México, 1980.

LE PERA, Sergio.- Cuestiones de Derecho Comercial Moderno, Editorial Astrea. Argentina, 1979.

MANTILLA MOLINA, Roberto L.- Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. 24ª edición. México 1985. Pp. 532.

MARTÍNEZ GARCÍA, Francisco.- "Perfil del Micro y Pequeño Empresario". Revista Emprendedores. Editado por FCA – UNAM. México. No 79. Enero Febrero. 2003.

QUINTANA ADRIANO, Elvia Arcelia.- Ciencia del Derecho Mercantil. Editorial Porrúa. México 2002.

ROCCO, Alfredo.- Principios de Derecho Mercantil. Editorial Biblioteca de la Revista de Derecho Privado. Madrid, España.

RAYA SÁNCHEZ, Angelica.- "El ABC para el reclutamiento y selección en las Micro y Pequeñas Empresas." Revista Emprendedores. Editado por FCA – UNAM. México. No 79. Enero Febrero. 2003.

RODRIGUEZ RODRIGUEZ, Joaquín.- Curso De Derecho Mercantil Tomo I. Editorial Porrúa. 19ª edición. México 1988. Pp. 450.

-----, Joaquín.- Curso De Derecho Mercantil Tomo II. Editorial Porrúa. 19ª edición. México 1988. Pp. 470.

-----, Joaquín.- Tratado De Sociedades Mercantiles Tomo I. Editorial Porrúa. México 1959. Pp. 476.

-----, Joaquín.- Tratado De Sociedades Mercantiles Tomo II. Editorial Porrúa. México 1959. Pp. 542.

TENA, Felipe de Jesús.- Derecho Mercantil Mexicano. Editorial Porrúa. 9ª edición. México 1988. Pp. 608.

ZEVALLOS V., Emilio.- "Micro, Pequeñas y Medianas empresas en América Latina." REVISTA DE LA CEPAL. Naciones Unidas. Número 79, Abril, 2003, Santiago de Chile.

LEGISLACIÓN

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Código de Comercio.

Ley General de Sociedades mercantiles.

Ley Federal de Protección al consumidor.

Ley General de Salud.

Ley de la Propiedad Industrial.

Ley Federal del Trabajo.