



71
29

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración

IMPPLICACIONES FISCALES DE LOS NEGOCIOS
DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA
ESTABLECIDOS EN MEXICO

SEMINARIO DE INVESTIGACION FISCAL

Que para obtener el Título de:
LICENCIADO EN CONTADURIA
p r e s e n t a n:

LAURA ALICIA MOLINA LOPEZ
ELVIA MORALES HUITRON



Asesor del Seminario:

L. C. SALVADOR ROTTER AUBANEL

México, D. F.

1995

FALLA DE ORIGEN



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.

DEDICATORIAS

A mis padres :

EZEQUIEL MOLINA CIBRIAN.

M^a. EULALIA LOPEZ Y ARMENTA.

**A ustedes que me supieron dar su apoyo
incondicional, su amor y comprensión, hoy
gracias a todo esto, veo terminado un camino
de mi vida.**

A mi hermana :

NORMA VERONICA MOLINA LOPEZ.

**A tí quien has sido mas que mi
hermana mi amiga, hoy tengo la
satisfacción de darte las gracias por la
alegría, confianza y apoyo que me has
dado a lo largo de mi vida.**

A la Universidad Nacional Autónoma de México,

Facultad de Contaduría y Administración :

**Por que gracias a ellas obtuve la
formación profesional.**

A mis maestros :

**Gracias por su enseñanza, dedicación
y paciencia que me han brindado a
lo largo de mi trayectoria escolar.**

A mis amigos y compañeros :

**Gracias por todos los momentos que
hemos compartido juntos. Hoy tengo
la dicha de compartir uno más.**

LAURA ALICIA

DEDICATORIAS

ELVIA MORALES HUITRON

A mis Padres Angel y Sara:

Por sus esfuerzos, cariño y ayuda constante sin esperar de mi alguna recompensa.

A la Universidad Nacional Autónoma de México y Facultad de Contaduría y Administración por tener de ella el complemento de mi vida, la profesión de Lic. en Contaduría.

A cada una de las personas que quiero, admiro y respeto.

INDICE

	PAGINA
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACION	1
INTRODUCCION	7
CAPITULO 1 GENERALIDADES	11
1.1 Antecedentes de las franquicias en México.....	12
1.2 Definición de franquicia.....	16
1.3 Sujetos dentro de la franquicia.....	24
1.4 Cualidades del franquiciatario	27
CAPITULO 2 COMO ELEGIR UNA FRANQUICIA.....	30
2.1 Tipos de franquicias	31
2.2 Informe de franquicias en comida rápida	35
2.3 Investigar el mercado	43
2.4 Investigar al franquiciante.....	44
2.5 Ventajas y desventajas al seleccionar una franquicia	52
CAPITULO 3 MARCO LEGAL DE LAS FRANQUICIAS	62
3.1 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.....	63

3.2 Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial	67
3.3 Ley Federal de Derechos de Autor.....	79
3.4 Código de Comercio	83
3.5 Ley General de Sociedades Mercantiles.....	86
3.6 Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común, y para toda la República en Materia Federal	88
3.7 Ley Federal del Trabajo.....	88
3.8 Otras Leyes.....	94
CAPITULO 4 CONTRATO DE FRANQUICIA.....	100
4.1 Definición del contrato de franquicia y elementos del contrato.....	101
4.2 Obligaciones del franquiciante y franquiciatario	111
4.3 Rescisión y terminación del contrato.....	120
CAPITULO 5 IMPLICACIONES FISCALES	124
5.1 Ley del Impuesto Sobre la Renta.....	125
5.2 Ley del Impuesto al Valor Agregado.....	148
5.3 Ley del Impuesto al Activo	156
CONCLUSIONES.....	168
BIBLIOGRAFIA	177

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACION**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

TEMA GENERICO: Franquicias

TEMA ESPECIFICO: Implicaciones fiscales de los negocios de franquicias en comida rápida establecidos en México.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Qué es una franquicia?

¿Qué opciones tiene un empresario para seleccionar, adquirir y establecer un negocio de comida rápida en México?

¿Qué ventajas y desventajas tendría un empresario al adquirir y poner en operación un negocio de franquicia?

¿Qué leyes regulan la figura de la franquicia y cuales son las obligaciones legales al adquirir una franquicia?

¿Existen obligaciones fiscales exclusivas para un negocio de franquicia?

¿A qué obligaciones fiscales estará sujeto un empresario que invierta en un negocio de este tipo?

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS

El empresario al adquirir un negocio de franquicias en comida rápida deberá cumplir con las mismas obligaciones fiscales, a que esta sujeto cualquier tipo de negocios, como lo señalan las leyes del Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado e Impuesto al Activo.

Variable-dependiente

Deberá cumplir con las mismas obligaciones fiscales a que esta sujeto cualquier tipo de negocios, como lo señalan las leyes del Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado e Impuesto al Activo.

Variable-independiente

El empresario al adquirir un negocio de franquicia en comida rápida.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Orientar a los empresarios y otras personas interesadas que deseen adquirir una franquicia, en las implicaciones fiscales que puedan tener en un contrato de franquicia y dar a conocer las diferentes alternativas para invertir en un negocio independiente con la utilización de una marca de prestigio por un tiempo determinado.

TIPO DE INVESTIGACION

La investigación será documental, se recopiló información a través de fuentes de consulta bibliográficas y hemerográficas, así como de diversos ordenamientos en materia legal y fiscal.

OBTENCION DE DATOS

La recopilación de la información documental se obtuvo de la siguiente manera:

Primero se consultaron algunos libros y tesis en la Biblioteca de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, al no encontrar suficiente información recurrimos a la Biblioteca de México, en donde se

encontró únicamente información hemerográfica. Posteriormente consultamos revistas, como son: Expansión y Entrepreneur, de la cual obtuvimos varios artículos referentes al tema, mismos que se resumieron en fichas de trabajo; así mismo por medio de la propaganda de estas revistas, nos enteramos que se habían publicado recientemente libros que tratan sobre nuestro tema, los que fue necesario adquirir ya que contienen información actualizada no disponible en las bibliotecas.

TRATAMIENTO DE LOS DATOS

El material documental se fue obteniendo de acuerdo al índice del trabajo, se ordenaba por temas y se ampliaba cuando era necesario con las nuevas publicaciones de las revistas antes mencionadas.

INTERPRETACION DE LOS DATOS

El contenido y desarrollo de la presente investigación, se basa en la recopilación y análisis de toda aquella información, que deberán tomar en cuenta las personas que deseen adquirir una franquicia en el sector de comida rápida, asimismo, todos los comentarios que se hacen y la interpretación de las diversas disposiciones legales y fiscales, están enfocadas a los derechos y obligaciones que le son inherentes a este tipo de negocios.

Por otra parte el objetivo de analizar el contenido de las disposiciones fiscales, es comprobar nuestra hipótesis, para determinar si las actuales

implicaciones fiscales son iguales o existen diferencias en comparación a otro tipo de negocios.

Aspectos generales de la investigación

a) Límites y advertencias:

-Las disposiciones fiscales consultadas y su interpretación son aplicables únicamente en la República Mexicana y están vigentes para el ejercicio de 1995, por lo que estarán sujetas a posteriores modificaciones.

-Las obligaciones del franquiciante y franquiciatario que se mencionan en el presente trabajo, son enunciativas ya que el contrato que formulará el franquiciante, establecerá sus propias condiciones.

-El informe de franquicias se elaboró con datos publicados en las revistas Entrepreneur y Expansión, por lo tanto, se sugiere al interesado en adquirir una franquicia, cerciorarse de la veracidad total de los datos y si están incluidas todas las empresas que ofrecen franquicias en México.

PLAN DE TRABAJO

Núm. o letra	Actividad	Tiempo	Control	FEBRERO				MARZO			
A	Planteamiento del problema	2	E								
		1	R								
B	Análisis documental preliminar	3	E								
		4	R								
C	Planteamiento de hipótesis	1	E								
		1	R								
D	Diseño de la muestra	1	E								
		2	R								
E	Levantamiento de los datos	3	E								
		4	R								
F	Tabulación y procesamiento de datos	2	E								
		2	R								
G	Análisis de información	4	E								
		4	R								
H	Redacción inicial	17	E								
		18	R								
I	Capturación de datos	16	E								
		17	R								
J	Impresión y presentación	2	E								
		2	R								

Nota: E = estimado.

R= real.

Total de semanas que se requieren.

INTRODUCCION

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación se refiere a un tema de gran actualidad en México, como es el de las franquicias. En nuestro país son de recién inicio. Su introducción a México surge a finales de los años 80's, debido a que los franquiciantes extranjeros, en su mayoría de los Estados Unidos, saturaron su mercado interno y buscaron expandir sus negocios en otros países, como es el nuestro, quien cuenta con algunas de las razones favorables en las que puede desarrollarse el sistema de franquicias, como son, entre otras: El TLC, la población de clase media, su edad promedio, su nivel de ingresos y capacidad de ahorro.

En la actualidad, las franquicias relativas a comida rápida han tenido un mayor desarrollo, debido a la variedad de productos y servicios que se ofrecen, aunado a que los hábitos de consumo son menos formales y los precios de este tipo de alimentos son mas bajos.

Por tener las franquicias de este sector una gran expectación a nivel nacional, es por ello que se decidió elaborar una investigación que contenga los aspectos generales de dichas franquicias, así como sus posibles alternativas existentes en el mercado , sus ventajas y desventajas al seleccionarlas.

En primer lugar, se mencionará como fue que llegaron a establecerse en México las primeras franquicias, posteriormente, se definirá el concepto

de franquicia con formato de negocio y sus elementos, así como los sujetos que intervienen en el sistema de franquicias, siendo estos, el franquiciante y el franquiciatario, éste último deberá reunir ciertas cualidades fundamentales para que pueda adquirir una franquicia.

Asimismo, se incluye un informe de franquicias en comida rápida, de donde el empresario podrá seleccionar, entre una diversidad de opciones, la que mas le convenga y así, poder iniciar la investigación de mercado, reunir la información necesaria en cuanto al giro del negocio, la inversión inicial y si los márgenes de utilidad cubren sus expectativas. Después de recabar toda la información necesaria, el empresario tendrá un panorama mas amplio respecto de aquella que más le convenga y acto seguido, investigará al franquiciante para conocer su experiencia y saber si es un negocio probado que ha tenido éxito.

Mas adelante, se citan los diversos ordenamientos legales que contienen los artículos relacionados con las franquicias, como son, entre otras: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial, Código de Comercio y el Código Civil para el Distrito Federal, en Materia Común, y para toda la República en Materia Federal.

Por otra parte, se explica lo que es un contrato de franquicia, sus elementos, las diferentes obligaciones que tiene el franquiciante, siendo alguna de ellas: la de proporcionar al franquiciatario información, asesoría y

asistencia técnica para el desarrollo del negocio; por su parte, el franquiciatario tendrá, entre otras obligaciones, la de cubrir los pagos estipulados en el contrato, y la de seguir las instrucciones que dé el franquiciante. También se hará referencia a las causas por las que se puede rescindir y/o terminar el contrato.

Finalmente, se hacen algunos comentarios referentes a las obligaciones fiscales que tendrán los franquiciatarios por la apertura y operación de un negocio de tal naturaleza.

La información fue sustraída de fuentes de consulta bibliográfica y hemerográfica, publicada en los últimos tres años. En lo referente a los capítulos 3 y 5, se consultaron diversos ordenamientos legales, aplicables para el año de 1995.

CAPITULO 1
GENERALIDADES

CAPITULO 1

GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES DE LAS FRANQUICIAS EN MEXICO

Los primeros antecedentes de esta relación comercial suelen situarse en los años de 1850 a 1860 en los Estados Unidos de América, cuando I.M. Singer & Company, creó el primer embrión de este contrato de franquicia como medio para distribuir y vender sus máquinas de coser. Sin embargo el verdadero desarrollo de este método de negocios se produce en los años de 1950 y 1960, cuando aparecen los "gigantes" o grandes empresas que expanden su área de negocios por medio de este moderno sistema.

Los primeros casos de franquicia en México se conocieron en los inicios de 1980; McDonald's le abrió paso a otras franquicias extranjeras al mercado mexicano. McDonald's tomó la decisión de entrar a nuestro país en los primeros años de los ochenta, en un momento de dificultad económica y de gran incertidumbre acerca del futuro de nuestro país.

En 1982 se produjo una serie de acontecimientos que pusieron a México al borde de su economía, se nacionalizó la banca, se impuso un decreto de control de cambios por primera vez en nuestro país y se suspendió el pago de la deuda externa al registrar el banco central uno de los índices de reserva internacional más bajos de su historia reciente.

La primera unidad de McDonald's fue abierta en Noviembre de 1985, antes de la apertura de dichos restaurantes tuvo que obtener la aprobación y registro de sus contratos ante el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología, lo cual representó un trámite difícil y complicado, ya que se trataba del registro de los primeros contratos de franquicia en la historia de nuestro país.

Durante 1987 sucedió la caída de la Bolsa Mexicana de Valores, lo cual se puede decir que fue el principal fenómeno económico que favoreció la llegada y el consecuente desarrollo de las franquicias en México. Este hecho culminó con un proceso que dió como resultado un aumento en la transferencia de capital del sector especulativo al productivo. Fue precisamente en este contexto donde las franquicias iniciaron su actuación en México; no fue un camino fácil, pues la reglamentación y la estructura económica no contemplaban dentro de sus esquemas a este sistema de negocios. Sin embargo, el impacto que generaron la franquicias en la economía, fue muy significativo: se crearon nuevas fuentes de trabajo y se benefició, con una nueva demanda a las empresas proveedoras de estos negocios.

El 16 de junio de 1988, se llevó a cabo la primera conferencia sobre franquicias en México, la conferencia estuvo a cargo de la Cámara Americana de Comercio en Guadalajara. El evento, que se llevó a cabo en el Club de

Industriales de Jalisco, atrajo a casi cien hombres de negocios, lo cual representó un éxito sin precedente.

Transcurrió el año de 1988 con la llegada al mercado mexicano de un número limitado de franquicias, si lo comparamos con el que se registró en los años de 1989 y 1990. Cabe comentar que en su gran mayoría dichas franquicias eran extranjeras, provenientes de Estados Unidos.

Los casos de franquicias mexicanas en 1988 e inclusive en los dos años posteriores fueron aislados. Entre ellos figuraban Videocentro, Triónica y Dornimundo, franquicias desarrolladas por Grupo Mexicano de Franquicias, S.A. compañía creada bajo los auspicios de Televisa. También se llevó a cabo la compra de Helados Bing's y la consolidación de Helados Holanda en Grupo Quan, S.A. que se convertiría en una de las empresas más dinámicas en el ramo de los helados; asimismo, se produjo el desarrollo de la franquicia Vip's.

La Asociación Mexicana de Franquicias, A.C. quedó constituida formalmente en el mes de febrero de 1988. Se acordó que la Asociación tendría como propósitos fundamentales la difusión y promoción de las franquicias en nuestro país y el mejoramiento de las condiciones legales para así propiciar un crecimiento sostenido de las franquicias en México.

Ya en 1989, observando la expansión del mercado de los restaurantes rápidos (fast food), comenzaban también a explorar su ingreso a México los otros gigantes de las hamburguesas, Burger King y Wendy's, así como

Domino's Pizza y Subway. Todas ellas ingresarían al mercado mexicano en 1990 y 1991.

En enero de 1990, se dieron a conocer las nuevas reglas de juego en el área de las franquicias, y de la transferencia de tecnología en general. Las autoridades de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial elaboraron un reglamento de la Ley de Transferencia de Tecnología que resolvería casi en forma total y definitiva, la incertidumbre que existía en cuanto a la aprobación y registro de contratos de franquicia en México.

Durante la década de los noventa, las franquicias en México han tenido un importante crecimiento. Algunas de las razones de este crecimiento son: la abrogación de la Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, una apertura más favorable a la inversión extranjera, el fomento a la pequeña y mediana empresa y medios de financiamiento.

En la obtención de créditos el apoyo financiero era muy inestable, ya que las instituciones prestaban sólo al que tenía con que avalar. No existían instrumentos reales para apoyar a las franquicias, por que ello implicaba, por primera vez, financiar al sector productivo sin activos con que respaldar; el invertir en una franquicia parecía no ser una buena garantía.

"En cuanto al origen de las franquicias que operan en México, las empresas con franquiciantes de Estados Unidos de América, representan cerca del 49%, empresas con franquiciantes de México, aproximadamente el

46%, con origen en Francia el 27%, de origen español el 1%, y de otros países el 1%.

Los franquiciatarios están localizados en las grandes ciudades de la República Mexicana; en la Ciudad de México está cerca del 60% de los establecimientos, en Monterrey el 20%, en Guadalajara el 10% y el último 10% en el resto del país.

Los montos de inversión en franquicias son variables, desde 1,000 hasta 50,000 dls., dependiendo del tipo de negocio objeto de la franquicia. Por ejemplo el pago inicial de franquiciatarios mexicanos es de 30,000 dls. para restaurantes y para comida rápida."¹

La franquicia está significando en México una innovación, ya que está dando la oportunidad a la pequeña y mediana empresa, de adquirir un negocio probado y exitoso que permita, además, la generación de nuevos empleos.

1.2 DEFINICION DE FRANQUICIA

Para poder elaborar un concepto de franquicia, consultamos definiciones de algunos autores y son las siguientes:

1 Excélsior, publicación especial de franquicias, febrero de 1993 y revista Época, mayo de 1993.

FRANQUICIA DE FORMATO DE NEGOCIO

Juan Manuel Gallastegui define al concepto en estudio como "un sistema de comercialización en el que se conjugan 2 elementos: por un lado la utilización de una marca o nombre comercial y por el otro, la transferencia de conocimiento y tecnología que permiten desarrollar un concepto comercial o de servicio en forma uniforme y preservando una calidad similar."²

Respecto a la definición anterior "se debe atender a sus elementos fundamentales: que exista conjuntamente el licenciamiento de una marca y la transmisión de conocimientos o tecnología, dirigido todo a buscar un conjunto o red de operaciones comerciales uniforme."³

FRANQUICIA CON FORMATO DE NEGOCIO

"La franquicia con formato de negocio consiste en el establecimiento de un sistema de negocios que operan bajo un nombre o marca registrada compartida y pagan al franquiciador por el derecho de operar bajo ese nombre o marca, que funcionan conforme a un método o formato de negocio específico y controlado, o que también reciben asesoría o servicios importantes por parte del franquiciador."⁴

2 Gallástegui Armella, Juan Manuel
Revista Entrepreneur, No. 1, enero de 1994, p. 10

3 Idem., p. 12

4 Raab Gregory Matusky, Steven S.
Franquicias : Ventajas y Desventajas de su Venta, p.40

De los elementos de estas definiciones, consideramos que el concepto más adecuado para definir a una franquicia es el siguiente:

FRANQUICIA CON FORMATO DE NEGOCIO

Consiste en establecer un sistema de comercialización, en el cual el titular de una marca o nombre comercial, permite su utilización a la persona que se le concede por un tiempo determinado a cambio del pago de una cuota sobre las ventas realizadas; así mismo, le transmite conocimientos y tecnología que le permitan desarrollar un conjunto de operaciones uniformes, preservando la calidad de los productos o servicios.

Derivado de nuestra definición anterior explicaremos los elementos que conforman una franquicia los cuales son:

A) LA MARCA.

“La marca es todo signo visible que sirve para distinguir productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado; en tal virtud, se pueden constituir marcas, denominaciones, figuras, formas tridimensionales e incluso nombres comerciales, razones sociales o nombres de personas físicas.

Para tener derecho a utilizar en forma exclusiva una marca, es necesario que el dueño de la misma la registre ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.”⁵

5 Gallástegui Armella, Juan Manuel
Revista Entrepreneur, No. 1 ,enero de 1995.

Por otra parte, también se consultó el libro Como Diseñar Marcas y Logotipos de los autores John Murpy y Michael Rowe en donde mencionan que las marcas se han convertido en avales e indicadores de calidad, de valor, de fiabilidad y de origen que permiten a los consumidores identificar productos, servicios y organizaciones.

Las marcas comerciales no son simplemente palabras, como lo señalan dichos autores, ya que tienen ciertas características propias las cuales se resumen en que:

- Identifican un producto
- Lo diferencian de otros
- Comunican información acerca del origen, el valor, y la calidad
- Añaden valor
- Constituyen propiedades legales importantes

Actualmente, los consumidores tienen una gran diversidad de opciones, "esta multiplicidad de opciones ejercen una gran presión sobre los fabricantes, que deben ofrecer una alta calidad, un valor excelente y una amplia disponibilidad de productos." "Aunque algunos productos son fabricados de acuerdo con pautas de calidad tan altas que la competencia resulta difícil, pocos productos están escudados de la competencia directa

mediante la protección de patentes, el Know-How (saber cómo) de los propietarios o una fuente de suministro única.”⁶

“Así como las marcas son haberes valiosos y armas poderosas para sus propietarios, también son valiosos para el consumidor, las marcas le permiten comprar con confianza y le proporcionan un mapa que lo guía a través de una desconcertante variedad de opciones.”⁷

“Las marcas tienen potencialmente una vida muy larga, siempre y cuando, por supuesto, se les mantenga en buen estado de conservación, es decir, se les proteja contra caídas de calidad, contra imitaciones, contra el caer en desuso de los productos, etc.”⁸

Dentro de un negocio de franquicias se piensa que las marcas son el activo principal de las compañías franquiciadoras, por tal motivo, los autores John Murpy y Michael Rowe opinan, que los fabricantes de comidas preparadas y las cadenas de restaurantes de comida rápida, consideran que sus marcas están en el corazón mismo del negocio.

La franquicia, por sus características, tiene la particularidad de procurar el mejoramiento de los estándares de calidad de los productos y del servicio que se ofrece al cliente. Este ha sido un elemento realmente importante para los consumidores en general, ya que ellos mismos se están acostumbrando a

6 Murpy John y Rowe Michael,
Como Diseñar Marcas y Logotipos, p.11

7 Idem., p. 12

8 Idem., p. 14

evaluar los servicios o productos que adquieren y se han vuelto, cada vez más exigentes. Esto a su vez, ha obligado a que los franquiciatarios se preocupen constantemente en mejorar la calidad de sus productos y servicios, los cuales constituyen por sí mismos, un valor agregado que ahora se estandariza y permite una mayor competitividad.

B) El segundo elemento de nuestra definición de franquicia es el pago de cuotas sobre las ventas realizadas, consideradas como las regalías, que en términos generales es el pago que se hace al inventor por cada unidad vendida, podría así considerarse a las regalías de una franquicia como la compensación por las ventas realizadas.

El establecimiento del porcentaje de las regalías depende de una serie de factores; entre los que figuran el valor y la penetración de la marca en un mercado específico, así como el valor de los conocimientos que le son transferidos al franquiciatario, así como la determinación de la rentabilidad del negocio franquiciado. Si sus márgenes de utilidad son bajos, unas regalías altas podrían acabar con el mínimo crecimiento operativo de los franquiciatarios. En cambio si los márgenes son altos, unas regalías mayores se justificaran plenamente.

Normalmente las regalías de las franquicias van de un 3% a un 9% de las ventas totales. En algunos casos los franquiciantes prefieren fijar regalías bajas (1% ó 2% sobre ventas), es por eso que se recomienda investigar a fondo las franquicias con regalías bajas, ya que los ingresos que obtenga el

franquiciante, pueden ser insuficientes para proporcionar al franquiciatario los servicios que ofreció, de otra manera, si el franquiciante utiliza regalías bajas como un incentivo de ventas, cobrará una cuota inicial excesiva.

Los pagos porcentuales que realiza el franquiciatario por concepto de regalías son proporcionales a sus ventas totales, estos pagos los utiliza el franquiciante para proporcionar más y mejores servicios; a medida que el sistema de franquicia crezca y se fortalezca, deberá ampliar sus servicios de publicidad, mercadotecnia e investigación y desarrollo del producto para buscar mejores estrategias.

Muchos franquiciatarios creen equivocadamente, que los únicos pagos que trae consigo el otorgamiento de franquicias son la cuota inicial, las regalías y los gastos en publicidad. De hecho el franquiciante puede imponer a los franquiciatarios otros honorarios, cuotas y derechos.

C) El tercer elemento consiste en la transmisión de conocimientos y tecnología.

La transmisión de conocimientos técnicos, se conoce generalmente como know-how, abreviatura de know how to do it (saber cómo hacerlo), comprende procesos, fórmulas o diseños que incluyen secretos comerciales y que comprenden experiencia técnica acumulada y habilidad práctica y que quizá en la única forma que pueden transmitirse es a través de servicios personales.

Los franquiciantes tienen la responsabilidad de enseñar a los nuevos franquiciatarios como proporcionar eficazmente una técnica o servicio que en la mayoría de los casos no había hecho con anterioridad.

Un concepto tan amplio como know-how debe especificarse detalladamente en manuales, instructivos, diseños y otra clase de información, estos manuales deben ser apoyados por la capacitación, en donde se detallará el cúmulo de conocimientos operativos del negocio.

Estos deben contener todos los estándares que tendrá que seguir el franquiciatario para alcanzar el éxito en su nuevo negocio. Además deben incluir "la filosofía general de la empresa, los objetivos generales del negocio, la instalación de la unidad, el uso de la marca, el manejo de los productos, los procedimientos de limpieza, organización, administración, reportes, controles y entre otras, las responsabilidades del franquiciatario y sus empleados."⁹

El éxito de estos manuales radica en que se cubra la totalidad de la funciones que se llevarán a cabo en el manejo eficiente de una franquicia.

Estos manuales tienen que ser adaptados de acuerdo a las necesidades y características de cada negocio dependiendo de su zona de ubicación.

El franquiciante hará saber al franquiciatario los cambios y actualización de los conocimientos desarrollados para el mejor modo de

9 González Calvillo, Enrique, et al.,
La revolución de los 90, p.124

explotar el negocio. Así la organización interna de los franquiciantes debe contar con varios especialistas en la materia, ya que la capacitación y el servicio constante de una franquicia requiere de técnicas nuevas y diferentes.

La asistencia técnica es un flujo continuo de instrucciones directivas o consejos suministrados en la medida en que son requeridos. Los franquiciantes considerarán todos los aspectos del negocio paso a paso a manera de recetas para que los franquiciatarios puedan seguir todos y cada uno de esos pasos y así esperar resultados comprobables.

1.3 SUJETOS DENTRO DE LA FRANQUICIA

Franquiciante

Es aquel que posee una determinada marca y tecnología know - how (cómo hacer las cosas) de un bien o servicio, el cual cede contractualmente los derechos de uso de la marca, proveyendo de asistencia técnica y tecnología, así como de organización gerencial y administrativa al negocio de los franquiciatarios.

La mayoría de los franquiciantes son compañías principalmente privadas, sin embargo, existen muchas compañías públicas y multinacionales que se dedican a franquiciar.

Antes de franquiciar una compañía, debe de haber mostrado que sabe como generar ganancias, primero para ella misma y después para los

franquiciatarios, por lo cual, los franquiciantes deben probar su negocio antes de venderlo. Esto se hace mediante la apertura de franquicias piloto y asegurándose de que todos los sistemas y procedimientos necesarios para el logro de la franquicia funcionan como es debido.

Quienes desarrollan franquicias pueden tomar negocios pequeños, lucrativos bien administrados y convertirlos en entidades nacionales con grandes ganancias. Los franquiciantes tienen la responsabilidad de hacer que la relación que exista entre él y los franquiciatarios funcione para un mutuo beneficio.

Debe haber participación futura de los franquiciantes, en apoyar a los franquiciatarios en áreas que se refieren al puntual y eficaz abasto de los insumos y productos que éstos necesitan.

En muchos casos la compañía franquiciante asegura los estándares de calidad y continuidad, proveyendo a sus franquiciatarios de todos los productos de venta, lo cual facilita la operación de la franquicia y asegura la competitividad permanente de los productos.

Franquiciatario

Es aquel que adquiere contractualmente el derecho a comercializar un bien o servicio dentro de un mercado exclusivo, utilizando los beneficios que le da la marca y el apoyo que recibe en la capacitación para la organización y manejo del negocio.

Una buena franquicia puede ayudar al franquiciatario a superar algunos problemas comunes al iniciar un negocio independiente. La asistencia técnica y los conocimientos proporcionados por el franquiciante, son una gran ventaja para iniciar un negocio hasta para los más inexpertos franquiciatarios. Además cuenta con sistemas que posibilitan monitorear los resultados de cada franquiciatario, identificando los problemas en cada estado, sean estos administrativos, financieros o de mercadotecnia.

El entrenamiento es una de las bases más sólidas del sistema y posibilita que personas con poca o sin ninguna práctica en el comercio puedan ser empresarios de un pequeño negocio.

La esencia de un negocio organizado por el sistema de franquicias, y la relación entre el franquiciante y los franquiciatarios hace que el negocio sea bueno y esto es por ambas partes, porque el éxito del franquiciante depende exclusivamente del éxito del franquiciatario.

Por un lado, el franquiciante logra la expansión de su negocio asociándose con terceros; por su parte, el franquiciatario tiene la oportunidad de establecer su propio negocio aprovechándose del conocimiento y en algunos casos del financiamiento por parte del franquiciante.

Para ser franquiciatario es necesario aceptar las determinaciones del sistema, esto conlleva a un total seguimiento a los procedimientos establecidos por los manuales.

1.4 CUALIDADES DEL FRANQUICIATARIO.

Las cualidades más importantes del franquiciatario que se consideran fundamentales para adquirir una franquicia (aunque todo depende del franquiciante quien establece sus propios requisitos) son:

-El franquiciatario llega a un escenario con patrones y normas operativas preestablecidas, y debe de estar dispuesto a seguir esos patrones y normas señalados en el manual de operación, esto es, que todos los establecimientos franquiciados tengan la misma imagen.

-El franquiciatario nunca trabajará solo, contará con el apoyo y la asesoría del franquiciante y tendrá que seguir las órdenes tal y como las indica el mismo.

-El franquiciatario tendrá que trabajar bastante en la fase inicial del negocio, es por eso, que debe tener la suficiente convicción y determinación de lograr las metas del sistema de franquicias.

-El futuro franquiciatario debe de haber tenido alguna experiencia en ventas, ya que las ventas son la base de cualquier negocio, cabe mencionar que Jeffrey Gitomer, presidente de Business Marketing Services en Charlotte, al respecto señaló en una artículo de la revista Entrepreneur las características que debe tener un vendedor ideal, las cuales son: actitud positiva, es ambicioso, puede comunicarse, está motivado, habla de objetivos, de vida profesional y de valores, acepta la crítica, siempre está

capacitándose, se enfoca en buscar soluciones, es persistente, y cuenta con experiencia en el ramo.

-El franquiciatario debe tener un buen historial profesional, experiencia administrativa o experiencia en algún negocio a nivel gerencial que le de la experiencia en estas áreas.

-Es fundamental que el franquiciatario tenga confianza en la empresa en la cual va a invertir tiempo, dinero y esfuerzo, esto es indispensable para que trabaje comprometido y se sienta bien en su trabajo.

-Es necesario que el franquiciatario cuente con el capital suficiente para comprar la franquicia y los gastos que esta implica, el capital debe ser dinero en efectivo, ya que la mayoría de los franquiciantes no aceptan bienes, como puede ser un auto o algún otro objeto de valor en prenda, y no todos los franquiciantes otorgan financiamiento.

-El requisito para otorgar una franquicia de comida rápida es que el futuro franquiciatario no tenga una inversión con otro franquiciante de comida rápida que obviamente será la competencia.

-Ser una persona con una moral y una ética muy sólida, es decir, que se compromete a no divulgar los aspectos importantes del negocio, ya que todos los datos que se le proporcionan son confidenciales.

-Debe tener cualidades de liderazgo y facilidad para tratar con el personal que estará a su cargo, así como con proveedores y clientes.

-Los franquiciantes buscan personas seguras de sí mismas que se tengan confianza para dirigir exitosamente un negocio.

-El franquiciatario no debe delegar las funciones administrativas y operativas del negocio, de hecho, será responsable de ejecutar todas y cada una de las funciones del negocio franquiciado, para cerciorarse del cumplimiento de los estándares operativos.

-Los franquiciatarios deben autoevaluarse determinando sus metas y objetivos personales, antes de invertir en una franquicia, así como, determinar sus posibilidades y limitaciones financieras.

Asimismo encontramos que Enrique González Calvillo en su libro *La Experiencia de las Franquicias*, menciona un artículo escrito por el abogado Michael Brennan en la revista *Franchising World*, en donde señala que existen entre otras características las siguientes:

- 1.- Conocimiento del mercado local.
- 2.- Conocimiento del segmento de mercado que interesa a la franquicia.
- 3.- Conocimiento del mercado mobiliario.
- 4.- Habilidad para ayudar en la selección de los posibles proveedores del sistema.

CAPITULO 2
COMO ELEGIR UNA FRANQUICIA

CAPITULO 2

COMO ELEGIR UNA FRANQUICIA

2.1 TIPOS DE FRANQUICIA

Dentro del sistema de franquicias existen dos clases, cada una tiene características propias y áreas de negocios donde se pueden desarrollar.

a) Franquicia de producto y marca, también se le llama franquicia de distribución.

Es una relación de ventas entre un franquiciante, el cual se constituye como proveedor exclusivo de los productos o servicios que comercializará y/o distribuirá el franquiciatario, además de otorgarle el uso y explotación de un nombre comercial, el franquiciatario adquiere cierta identidad con su proveedor.

Ejemplos:

- Agencias o concesionarias de automóviles y camiones
- Estaciones de gasolina
- Embotelladoras de refrescos
- Tiendas de ropa

b) Franquicia con formato de negocio

Es la forma que se caracteriza por una relación continua entre el franquiciante y el franquiciatario que incluye no sólo el producto, servicio y

marca, sino un sistema completo de negocios, en este tipo de acuerdo se incluye en forma integral: sus conocimientos y experiencias en la operación del negocio incluidos en los manuales de operación; sus criterios y especificaciones para la construcción o adaptación del local; parámetros y requisitos que deberá cumplir el franquiciatario en la selección, contratación y entrenamiento del personal; sistema de comercialización que incluye, estrategias y planes de mercadotecnia; publicidad y promoción de la franquicia; control de calidad de los productos y asistencia durante la operación y desarrollo del negocio.

Ejemplos:

- Comida rápida
- Restaurantes
- Bienes raíces
- Servicios de lavandería y tintorerías
- Venta y servicios de computación

Del total de franquicias existentes en 1991, el 75.2% fueron bajo el sistema con formato de negocio y el 24.8% bajo el concepto de producto y marca, mientras que en 1989 las primeras tan sólo ocupaban el 71.7%, para 1991 representaron un incremento del 3.5%, en relación a 1989, esto hace suponer que las primeras representan una verdadera oportunidad de negocio para el franquiciante ya que están creciendo mucho más rápido que las de producto y marca.

Por otro lado, de acuerdo a la exclusividad y el espacio geográfico en que el franquiciatario ejerce su privilegio sobre la franquicia concedida, existen diversos tipos de franquicias en relación al contrato que se celebre.

- A) Franquicia unitaria
- B) Franquicia múltiple
- C) Franquicia maestra
- D) Franquicia de desarrollo
- E) Franquicia por conversión

A) Franquicia unitaria.- Es aquella que otorga el franquiciante de manera única y exclusiva al franquiciatario, en donde tiene el derecho de abrir y operar un solo establecimiento, en una localidad específica dentro de un territorio designado.

B) Franquicia múltiple.- Es aquella que se concede sobre una variedad de artículos de la misma marca.

C) Franquicia maestra.- Es la que otorga el franquiciante al franquiciatario, el cual adquiere los derechos para desarrollar un mercado específico que generalmente es todo el país y de abrir un número limitado o ilimitado de establecimientos dentro del mismo; el franquiciatario maestro tendrá la facultad de otorgar contratos individuales a terceros (subfranquicias), para la apertura y operación de establecimientos dentro del país donde se concede la franquicia.

La subfranquicia es un medio por el que el contrato principal u original se desdobra en varios contratos, en el contrato de subfranquicia el concesionario se convierte en subfranquiciante del subfranquiciatario.

El franquiciatario (subfranquiciante) recibe regalías de los subfranquiciatarios, quien a su vez paga un porcentaje de éstas al franquiciante original además de las regalías que le corresponden por el contrato de franquicia maestra.

Los elementos de la subfranquicia son:

1. Un contrato principal de franquicia entre el franquiciante original y franquiciatario.
2. Un contrato derivado, (subcontrato de franquicia) entre franquiciatario que es subfranquiciante, y un nuevo franquiciatario que se convierte en subfranquiciatario.
3. Autorización general del franquiciante original para que el subfranquiciante contrate al nuevo franquiciatario.
4. Que el contenido, límites, y plazo del nuevo contrato conserve similares o iguales condiciones entre la franquicia y la subfranquicia, de modo que no rebase los límites del contrato original de franquicia.

Derivado de la franquicia maestra, el franquiciante puede otorgar una franquicia maestra internacional, la cual se concede sobre una misma marca o servicio para ser explotada comercialmente en un tercer país, conforme a las condiciones establecidas en el contrato que al efecto se elabore.

D) Franquicia de desarrollo.- Es la que otorga el franquiciante al franquiciatario el cual tiene el derecho de abrir un número limitado o ilimitado de establecimientos dentro de un territorio específico, en este tipo de franquicia el franquiciatario no puede subfranquiciar. Esto significa que en el contrato de desarrollo se deben celebrar contratos individuales de franquicia con el franquiciante original por cada uno de los establecimientos.

E) Franquicia por conversión.- Se trata de un programa que tiene como objetivo el "convertir" o incluir dentro de un sistema de franquicia a establecimientos independientes que ya existen y están operando.

2.2 INFORME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

El informe de franquicias que se presenta a continuación, es para que el lector cuente con elementos que le permitan seleccionar adecuadamente la franquicia que mas le convenga, así como el producto que esta ofreciendo, tomando en cuenta la experiencia del negocio desde su inicio de operaciones, y el tiempo de existencia del negocio bajo el sistema de franquicias, número de establecimientos propios y unidades de negocio franquiciadas, inversión inicial, costo de la franquicia (Franchise Fee), regalías de operación y publicidad.

Por último, es importante que usted realice una investigación independiente de las franquicias seleccionadas, antes de tomar alguna decisión.

INFORME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RÁPIDA

NOMBRE DE LA FRANQUICIA	PRODUCTO Y/O SERVICIO	DIRECCION	PAIS DE ORIGEN	AÑO DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	Nu. DE ESTABLECIMIENTOS	
						PROPIOS	FRAN
1 Potato 2 Inc.	Papas al horno, papas fritas	5640 International Pkwy., New Hope MN 55428	E.U.	1978	1984	0	
A & W Restaurants Inc.	Hamburguesas, hot dogs, bebidas	17197 N. Laurel Park Dr. # 500, Livonia, MI 48152	E.U.	1979	1925	0	
* Arby's	Sandwiches de roast beef (carne asada)	Río Nilo 71, 1er. piso, México, D.F. C.P. 06500	E.U.	1964	1991 (En México)	3	
** Benedetto's Pizza	Pizza-restaurant con entrega a domicilio	Felipe Sevilla del Río 132, Colima, Col. C.P. 28010	MEXICO	1983	1983 (En México)	13	
Blimpie Int'l. Inc.	Sandwiches y ensaladas	1775 The Exchange, # 600, Atlanta, GA 30339	E.U.	1981	1970	0	
Boxies Cafe	Sandwiches, ensaladas, sopas, postres	P.O. Box 809112, Dallas, TX 75380-9112	E.U.	1993	1993	0	
** Brasu's Pizza	Pizzerías y suministro para la elaboración de pizza	Lago Chalco 156, Col. Anáhuac, México, D. F. C. P. 11320	E.U.	1990	1992	1	
Broaster Fried Chicken	Pollo frito, pizza, donas, bisquets, etc	Av. Morelos Sur 1602 Plaza Dafne, Cuernavaca, Morelos, C.P. 62076	E.U.	1978	1981 (En México)	6	
** Burger King Corp.	Hamburguesas	P.O. Box 520783, Miami, FL 33132	E.U.	1984	1961	15	
BW-3 Franchise Systems Inc.	Buffalo Wings (alas de pollo)	2634 Vine St., Cincinnati, OH 45219	E.U.	1982	1991	0	
Captain Tony's Pizza & Pasta Emporium	Pizza y pasta	2990 Culver Rd., Rochester, NY 14622	E.U.	1972	1987	0	
Charley's Steakery	Sandwiches, papas fritas, ensaladas	6610 Busch Blvd., 100, Columbus, OH 43229	E.U.	1986	1991	0	
Chicken Delight	Pollo frito, pizza, costillas, pescado	395 Berry St., Winnipeg, MB Canadá R3J 1N6	CANADA	1952	1952	0	
** Chicken Express	Restaurante con especialidad en pollo	Calle 18 núm. 105 Col. Itzimna Mérida, Yuc. C.P. 97100	MEXICO	1990	1990 (En México)	3	
Chico's Tacos	Comida rápida mexicana	P.O. Box 890144, Tencucula, CA 92589-0144	E.U.	1988	1993	0	
** Church's Chicken	Restaurante de pollo frito	Aldama 1918-B Col. Juárez Nuevo Laredo, Tamps. C.P. 88209	E.U.	1952	1978 (En México)	18	
Coney's World Famous Hot Dogs	Hot dogs, chorizos	102 Dunlap, P.O. Box 1137, Batesville MS 38606	E.U.	1991	1991	0	
Cowboy Chicken	Pollo rostizado y ahumado	P.O. Box 809112, Dallas, TX 75380-9112	E.U.	1981	1984	0	

NOTA: Los datos anteriores son hasta enero de 1995, excepto los señalados.

* (Datos hasta mayo de 1994).

** (Datos hasta mayo de 1995).

FORME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS EN MEXICO			INVERSION INICIAL (NUEVOS PESOS)	COSTO DE LA FRANQUICIA (NUEVOS PESOS)	REGALIAS DE OPERACION (%)	REGALIAS DE PUBLICIDAD (%)
	PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL				
1984	0	0	0	255,000 - 476,000	68,000	4.5	1.25
1925	0	1	1	314,500 - 2'271,200	51,000	4	4
1991 (En México)	3	13	16	467,282 - 1'557,608	126,000	6	5
1983 (En México)	13	25	38	130,000 - 3'000,000	57,000 - 180,000	5	3
1970	0	0	0	217,328 - 549,338	61,200	6	3
1993	0	0	0	646,000 - 884,000	76,500	5	2
1992	1	10	11	102,000 - 136,000	34,000	0	0
1981 (En México)	6	104	110	102,000	0	0	0
1961	15	23	68	248,000 - 1'737,300	136,000	3.5	4
1991	0	0	0	476,000 - 1'156,000	66,300	5	3
1987	0	0	0	169,320 - 691,900	32,300	4.5	2
1991	0	0	0	272,000 - 482,800	66,300	5	0
1922	0	0	0	425,000	68,000	5	2
1990 (En México)	3	5	8	600,000 - 1'300,000	85,000	4.5	2.5
1993	0	0	0	268,600 - 928,200	68,000	5	Hasta 2
1978 (En México)	18	7	25	180,000 - 350,000 USD	25,000 USD	5	2
1991	0	0	0	42,160 - 142,800	11,900	6	2
1994	0	0	0	408,000 - 510,000	51,000	5	2

INFORME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

NOMBRE DE LA FRANQUICIA	PRODUCTO Y/O SERVICIO	DIRECCION	PAIS DE ORIGEN	AÑO DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS	
						PROPIOS	FRANQUICIAS
Dairy Queen	Comida rápida, helados y hamburguesas	P.O. Box 39286, Minneapolis, MN 55439-0286	E.U.	1940	1991 (En México)	4	
Didgeridoo Rotisserie Chicken	Follo rostizado	505 Consumers Rd., 10th Fl., Willowdale ON, Canadá M2J 4V8	CANADA	1994	1994	0	
Domino's Pizza	Entrega a domicilio de pizzas	Bldg. Cataratas 3-PB Mex. D.F. C.P. 04500	E.U.	1961	1989 (En México)	3	
Edelweiss Deli Express	Sandwiches, sopas, ensaladas	7-3331 Viking Wy., Richmond, BC, Canadá V6V 1X7	CANADA	1973	1983	0	
El Farolito Taquerias	Tacos	Vautier 103, Col. Condesa, México, D. F. C.P. 06140	MEXICO	1962	1962 (En México)	8	
El Fogoncito	Taqueria	Lelintz 521, México, D. F.	MEXICO	1968	1968 (En México)	4	
El Pollo Pepe	Pollo usado al carbón	Santo Santiago No. 3667, Zapopan, Jal. C.P. 45000	MEXICO	1979	1991 (En México)	9	
Flamers Charburgers	Hamburguesas y pollo	8761 Perimeter Park Blvd., No. 201 Jacksonville, FL 32216	E.U.	1986	1988	0	
FruMall Cafe	Sandwiches, ensaladas, sopas, frutas	5720 LBJ Fwy., Dallas, TX 75240	E.U.	1985	1994	0	
Golden Fried Chicken	Pollo frito	11488 Luna Rd., Dallas, TX 75234	E.U.	1967	1972	0	
Great Wraps Inc.	Comida rápida mediterránea	188 Oak St., Avondale Estates GA 30002	E.U.	1974	1983	0	
Hardee's	Comida rápida, menú limitado	1233 N. Hardee's Blvd., Rocky Mount NC 27804 2815	E.U.	1961	1962	0	
Haid's of Liverpool	Hot dogs, helados	130 Allamite Ave., Box 711, Cohasset, MA 02025	E.U.	1917	1993	0	
Hungry Howie's Pizza & Subs	Pizza, sandwiches, ensaladas	35301 Schuoler Rd., Livonia MI 48150	E.U.	1973	1982	0	
International Poultry Company Restaurants	Pollo, ensaladas, pasta, sopas	432 6th Ave., New York, NY 10011	E.U.	1988	1993	0	
Jack In The Box	Comida rápida	Av. Revolución 614, Tijuana, B.C. C.P. 22000	E.U.	1954	1991 (En México)	10	
Jack's Pizza	Pizza, especialidades italianas	16 Official Rd., Andover, IL 60101	E.U.	1961	1965	0	
Jerry's Subs Pizza	Sandwiches y pizza	18942 Shady Grove Rd., Gaithersburg, MD 20877	E.U.	1954	1980	0	

NOTA: Los datos anteriores son hasta enero de 1995, excepto los señalados.

* (Datos hasta mayo de 1994).

** (Datos hasta mayo de 1995)

ME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS EN MEXICO			INVERSION INICIAL (NUEVOS PESOS)	COSTO DE LA FRANQUICIA (NUEVOS PESOS)	REGALIAS DE OPERACION (%)	REGALIAS DE PUBLICIDAD (%)
	PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL				
1991 (En México)	4	2	6	99,000 - 450,000 USD	35,000 - 45,000 USD	6	4
1994	0	0	0	632,400-986,000	85,000	De 1 hasta 5	4
1980 (En México)	3	126	129	40,000 - 138,000 US\$	15,000 - 30,000 USD	6.5	4
1983	0	0	0	153,000-323,000	34,000	6	4
1982 (En México)	8	4	12	536,000	88,000	6	1
1968 (En México)	4	10	14	300,000 - 500,000	60,000 - 68,000	8	0
1991 (En México)	9	6	15	1'200,000	66,000	5	4
1988	0	0	0	476,000-629,000	85,000	5	1
1994	0	0	0	472,000	68,000	6	1
1972	0	3	3	85,000-2'040,000	34,000	4	0.5
1983	0	0	0	850,000	85,000	5	2
1962	0	0	0	1'690,480-2'457,520	51,000	De 3.5 hasta 4	5
1993	0	0	0	459,000-1'207,000	85,000	5	2
1982	0	0	0	209,440-516,800	32,300	De 3 hasta 5	3
1993	0	0	0	1'020,000-1'415,000	85,000	4.5	5.5
1991 (En México)	10	0	10	6'000,000	150,000	5	2
1965	0	0	0	360,400-969,000	51,000	5	2
1980	0	0	0	510,000-595,000	85,000	5	3

INFORME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RA

NOMBRE DE LA FRANQUICIA	PRODUCTO Y/O SERVICIO	DIRECCION	PAIS DE ORIGEN	AÑO DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS	
						PROPIOS	FRANQUICIADOS
Chalupa de México	Comida rápida	Insurgentes Sur 878, 2o. Piso, México, D.F. 03100	E.U.	1986	1990	130	0
La Pizza Loca	Pizza	7920 Orangefhorpe Ave., No. 202 Buena Park, CA 90620	E.U.	1986	1991	0	0
Long John Silver's Restaurants Inc.	Pescado, pollo, ensaladas	Prof. Industria Textil No. 19, Naucalpan Edo. de México, C.P. 53470	MEXICO	1966	1991 (En México)	15	0
Manchu Wok Inc.	Comida china	P.O. Box 11988, Lexington, KY 40579	E.U.	1969	1970	0	0
Manchu Wok	Comida china	2400 W. Tarkay Rd., Toledo, OH 43613	E.U.	1983	1990	0	0
Mexibond	Restaurantes de servicio rápido	400 Fairway Dr., No. 106, Deerfield Beach, FL 33441	E.U.	1980	1980	0	0
Miami Subs	Sandwiches	Bvtd. Manuel A. Camacho No. 191-302 Polanco, México D.F. C.P. 11510	E.U.	1979	1991 (En México)	0	0
Monte Morelos	Sandwiches	6300 N.W. 31st Ave., Ft. Lauderdale, FL 33309	E.U.	1983	1986	0	0
Mountain Mike's Pizza	Pizza, sandwiches	Priv. de la Soledad 559, Azcapotzalco, México, D.F. 02510	E.U.	1992	1993	1	0
Mr. Jim's Pizzeria	Pizza y sandwiches	1014 Second St., 3rd Fl., Old Sacramento CA 94818	E.U.	1978	1978	0	0
Nacho Nana's Mexican Cafe & Salsa Bar	Pizza y sandwiches	553 Republic Dr., No. 319, Plano, TX 75075	E.U.	1975	1981	0	0
Ocean Green Flavor	Comida mexicana	7349 Via Paseo del Sur, No. 515-453 Scottsdale, AZ 85258	E.U.	1993	1993	0	0
The Original Gino's East of Chicago	Restaurante de comida rápida	AV. Presidente Masaryk 60, México D.F. 11560	E.U.	1992	1993	4	0
Original Hamburger Stand	Restaurante de pizzas	203 W. Wacker Dr., No. 1800, Chicago IL 60606	E.U.	1967	1991	0	0
Peter Piper Pizza	Hamburguesas	4480 Von Karman, Newport Beach CA 92660	E.U.	1982	1982	0	0
Pizza Man-He Delivers	Pizza	7036 E. Camelback Rd., Phoenix AZ 85016	E.U.	1973	1976	0	0
Pizza Man-He Delivers	Pizza, pastas, postres	Ribera Darío 1015, Guadaluajara Jalisco, 44630	MEXICO	1993	1993 (En México)	1	0
Pizza Man-He Delivers	Pizza, pollo, costillas	6930 172 Tojunga Ave., No. Hollywood CA 91605	E.U.	1971	1971	0	0

NOTA: Los datos anteriores son hasta enero de 1995, excepto los señalados.

* (Datos hasta mayo de 1994).

** (Datos hasta mayo de 1995).

RESUMEN DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS EN MEXICO			INVERSION INICIAL (NUEVOS PFSOS)	COSTO DE LA FRANQUICIA (NUEVOS PFSOS)	REGALIAS DE OPERACION (%)	REGALIAS DE PUBLICIDAD (%)
	PROPIOS	FRANQUICIADOS	TOTAL				
1990	130	25	155	3'400,000	85,000	5	6
1991	0	0	0	374,000	68,000	5	5
1991 (En México)	15	13	28	272,000	68,000	5	1
1970	0	1	1	340,000	42,500	4	5
1990	0	0	0	280,160-467,500	42,500	5	3
1980	0	0	0	782,000	102,000	6	2
1991 (En México)	0	90	90	630,000-2,142,000	153,000	5	6
1986	0	0	0	1'014,900-1'407,600	85,000	4	3
1993	1	4	5	510,000	119,000	5	2
1978	0	0	0	367,200-697,000	68,000	5	2
1981	0	0	0	156,400-326,400	34,000	4	1
1993	0	0	0	95,200-350,200	57,800	5	2
1993	4	3	7	340,000	85,000	8	0
1991	0	0	0	482,800-2'798,200	119,000	5	1
1982	0	0	0	510,000	102,000	5	5
1976	0	7	7	2'380,000-2'414,000	85,000-119,000	5	5
1993 (En México)	1	1	2	30,000	150,000	5	2.8
1971	0	0	0	323,000	85,000	4	4

INFORME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

NOMBRE DE LA FRANQUICIA	PRODUCTO Y/O SERVICIO	DIRECCION	PAIS DE ORIGEN	AÑO DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS	
						PROPIOS	FRA
Pizza Pizza Ltd.	Pizza, comida italiana sandwiches	580 Jarvis St., Toronto, ON, Canada M4Y 2H9	CANADA	1968	1975	0	
Pizzas By Marchelloni	Pizza	1051 Essington Rd., No. 130, Joliet, IL 60435	E.U.	1986	1989	0	
** Popeyes Chicken Biscuits	Pollo frito	6 Concourse Pkwy., No. 1700, Atlanta GA 30328	E.U.	1972	1976	0	
Quizno's Corp.	Sandwiches, sopas, ensaladas pasta	7555 E. Hampden Ave., No. 601, Denver CO 80231	E.U.	1981	1983	0	
Giordos Greek Food	Comida griega	701 W. Hampden Ave., No. 109 Englewood, CO 80110	E.U.	1979	1989	0	
** Restaurantes Toledo	Pollos rostizados, hamburguesas y fuentes de sodas	5 Sur No. 1704, Puebla, Pue., C.P. 72000	MEXICO	1968	1968 (En México)	18	
Waff Waff	Sandwiches	109 Main St., Sayreville, NJ 08872	E.U.	1987	1989	0	
Rollo Pollo Rotisserie Chicken	Pollo rostizado	4801 Sherburne Ln., No. B-1, Louisville KY 40207	E.U.	1991	1992	0	
** Round Table Franchise Corp.	Pizza	655 Montgomery St., 7th Fl., San Francisco, CA 94111	E.U.	1959	1962	0	
Sbarro The Italian Eatery	Comida italiana	763 Larkfield Rd., Commack, NY 11725	E.U.	1959	1977	0	
** Schlotzsky's Deli	Sandwiches, sopa, ensaladas pizza	200 W. 4th, Austin, TX 78701	E.U.	1971	1977	0	
Seawest Sub Shops Inc.	Sandwiches	One Lake Bellevue Dr., No. 201 Bellevue, WA 98005	E.U.	1980	1986	0	
** Shakey's Pizza parlors	Pizzas y pollos	Aguascalientes No. 151, México, D.F. C.P. 06700	E.U.	1954	1967 (En México)	9	
The Steak Escape	Sandwiches	222 Neilson St., Columbus, OH 43215	E.U.	1982	1983	0	
** Subway	Sandwiches y ensaladas	Av. de las Fuentes No. 35-5 Tecomachalco, Edo. de Méx. C.P. 53950	E.U.	1965	1990 (En México)	0	
** Sujo Express	Comida rápida china	Riverol No. 1139, Ensenada, B.C. C.P. 22800	E.U.	1930	1992 (En México)	0	
THE Taco Maker	Comida mexicana	3544 Lincoln Ave., No. C, Ogden, UT 84409	E.U.	1978	1978	0	
Taco Time	Comida mexicana	3880 W. 11th Ave. Eugene, OR 97402	E.U.	1959	1961	0	
** Teriyaki San	Restaurantes de comida rápida japonesa	Calz. Ermita Iztapalapa 54, México, D.F. 03580	E.U.	1992	1994	6	

NOTA: Los datos anteriores son hasta enero de 1995, excepto los señalados.

* (Datos hasta mayo de 1994).

** (Datos hasta mayo de 1995).

ANÁLISIS DE FRANQUICIAS EN COMIDA RÁPIDA

AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS EN MÉXICO			INVERSIÓN INICIAL (NUEVOS PISOS)	COSTO DE LA FRANQUICIA (NUEVOS PISOS)	REGALÍAS DE OPERACIÓN (%)	REGALÍAS DE PUBLICIDAD (%)
	PROPIOS	FRANQUICIAOS	TOTAL				
1975	0	0	0	102,000-170,000	68,000	6	6
1989	0	0	0	66,980-391,000	62,900	5	1
1976	0	1	1	720,800-901,000	85,000	5	3
1983	0	0	0	544,000	51,000	5	3
1989	0	0	0	374,000-578,000	74,800	5	De 2 en adelante
1968 (En México)	18	2	20	7,500 - 20,000	0	5	2
1989	0	0	0	374,000-595,000	68,000	5	0
1992	0	0	0	562,700-928,200	51,000	4	3.5
1962	0	2	2	850,000	85,000	4	4
1977	0	0	0	608,600-2'458,300	119,600	5	1
1977	0	2	2	612,000-748,000	51,000	6	1
1986	0	0	0	74,800-227,800	17,000-34,000	5	2
1967 (En México)	9	12	21	850,000	30,000 USD	6	2
1983	0	0	0	506,600-793,900	68,000	6	0.5
1990 (En México)	0	50	50	20,000 - 80,000 USD	10,000 USD	8	2.5
1992 (En México)	0	1	1	250,000	50,000	5	5
1978	0	0	0	285,000-2'101,200	76,500	5	3
1961	0	0	0	379,100-637,500	61,300-102,000	5	2.5
1994	6	2	8	153,000	51,000	5	2

INFORME DE FRANQUICIAS EN COMID

NOMBRE DE LA FRANQUICIA	PRODUCTO Y/O SERVICIO	DIRECCION	PAIS DE ORIGEN	AÑO DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE EST. PROPIOS
** Wieners	Servicio rápido de alimentos, especialidad en hot dogs	Río Mississippi 48, 8o. piso, Col. Cuauhtémoc, México, D.F. 06500	E.U.	1993	1994	2
** Wienerschnitzel	Hot dogs, hamburguesas	4440 Von Karman, Newport Beach, CA 92660	E.U.	1961	1965	0
Wok On The Run	Comida china	140 N. 8th, núm. 340, Lincoln, NE 68508	E.U.	1986	1992	0
ZuZu Handmade Mexican Food	Comida mexicana	2651 N. Harwood, núm. 200, Dallas, TX 75201	E.U.	1989	1992	0

NOTA : Los datos anteriores son hasta enero de 1995, excepto los señalados.

* (Datos hasta mayo de 1994).

** (Datos hasta mayo de 1995)

ME DE FRANQUICIAS EN COMIDA RAPIDA

40

AÑO EN QUE COMIENZA LA FRANQUICIA	No. DE ESTABLECIMIENTOS EN MEXICO			INVERSION INICIAL (NUEVOS PESOS)	COSTO DE LA FRANQUICIA (NUEVOS PESOS)	REGALIAS DE OPERACION (%)	REGALIAS DE PUBLICIDAD (%)
	PROPIOS	FRANQUICADOS	TOTAL				
1994	2	0	2	170,000 - 850,000	51,000 - 136,000	0	0
1965	0	2	2	476,000	102,000	5	4
1992	0	0	0	170,680 - 310,420	68,000	5	2
1992	0	0	0	374,000 - 850,000	34,000 - 85,000	4.5	4

TERMINOLOGIA USADA EN EL INFORME

No. de establecimientos propios.- “Debido a que no existe una regla del número de establecimientos propios que debe tener el franquiciante antes de otorgar la primera franquicia, el franquiciante debe transmitir su experiencia y que su negocio es probado, por lo tanto, si no cuenta con establecimientos propios difícilmente va a poder convencer a la gente de que tiene la experiencia y sobre todo que el negocio es probado y genera utilidades, por lo cual, el franquiciante deberá de tener las sucursales que más pueda para demostrar la prosperidad del negocio, entre más establecimientos propios tenga el franquiciante, mayor será la posibilidad de vender su franquicia.

Existen empresas que no cuentan con sucursales, sino únicamente con una matriz y las demás funcionan por medio del sistema de franquicias.

Por lo regular los negocios que han sido probados y que tienen muchas sucursales propias, que no se franquiciaron sino que se desarrollaron con capital propio, son los que tienen tarifas más altas en el costo de la franquicia (Franchise Fee); aquellos con menos sucursales propias son los que tienen un costo de la franquicia (Franchise Fee) más barato, porque ellos están buscando estimular nuevos inversionistas para hacer crecer su negocio.”¹⁰

10 Reyes Díaz-Leal, Eduardo, Franquiciando en México, p.56

No. de establecimientos franquiciados.- Al momento de adquirir una franquicia, el franquiciatario estará sujeto a ciertas obligaciones durante el periodo de duración del contrato, entre los cuales destacan : desarrollar un negocio propio bajo el sistema de franquicias, derecho a utilizar en forma exclusiva una marca, nombre comercial y el know-how proporcionado por el franquiciante.

Por otro lado, el franquiciante tendrá control continuo sobre la forma en que el franquiciatario maneje el negocio y estará obligado a proporcionarle apoyo y asistencia ilimitada en el desarrollo del negocio franquiciado.

Inversión Inicial.- Para establecer el negocio franquiciado, el franquiciatario debe hacer una inversión con sus propios recursos y tiene que pagar una cantidad de dinero al franquiciante por los bienes y/o servicios recibidos.

Costo de la Franquicia (Franchise Fee).- Es la cantidad de dinero que el franquiciatario paga al franquiciante y le da derecho a la franquicia al momento de firmar el contrato, para poder utilizar su sistema, conocimientos y nombre comercial.

Regalías de Operación.- Es un porcentaje de las ventas totales, o una cantidad previamente determinada, que se le paga al franquiciante mensualmente para que siga proveyendo la asistencia técnica y derecho de usar la marca.

Regalías de Publicidad.- Es un porcentaje de las ventas totales que los franquiciatarios aportan a un fondo común con el objetivo de comprar publicidad, ya sea a nivel regional o nacional. Dentro de la administración de éste fondo se crea un consejo o comité de franquiciatarios para determinar el uso de éstos fondos.

2.3 INVESTIGAR EL MERCADO

Para poder seleccionar alguna franquicia en comida rápida, es importante hacer un estudio de mercado, el cual presupone un análisis macroeconómico y mercadotécnico que nos indica las condiciones generales más apropiadas para el desarrollo del negocio.

Otro aspecto que se debe considerar en la evaluación del mercado, son los riesgos generales del sector de comida rápida, la existencia de controles de precios, disponibilidad de materia prima, y en general de insumos, proveedores y servicios, saturación del mercado, los competidores (nacionales y extranjeros), la demanda del producto, etc.

El franquiciar un negocio no significa proporcionar los mismos productos y servicios en cualquier país, sino de hacerlos accesibles al mercado, manteniendo sus características básicas, pero con la posibilidad de incluir los cambios necesarios para responder a los gustos y necesidades

locales (demanda estacional o permanente), así como a la estructura de precios y en general, a las condiciones de mercado.

Para un franquiciatario interesado en la ubicación de algún centro comercial que pueda convenir y encajar en su nuevo negocio, es necesario que busque asesoría en una persona experta que le indique los lugares en donde puede desarrollar su franquicia; los expertos en éste campo están capacitados para encontrar sitios adecuados, negociar contratos e interpretar la información demográfica.

Cabe mencionar que es tarea del franquiciante realizar esta investigación de mercado que proporcionará al franquiciatario para la ubicación de su nuevo negocio.

Por otra parte, el franquiciatario también puede recurrir a la asesoría de alguna de las firmas importantes de consultoría, cuya labor consiste en asesorar a los interesados en la adquisición de alguna franquicia, como es la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), la cual proporcionará al interesado una asesoría general, así como datos sobre los distintos consultores técnicos y legales en la materia.

2.4 INVESTIGAR AL FRANQUICIANTE

Si le interesa realizar una adecuada inversión en franquicias, deberá reunir toda la información necesaria, acerca de las operaciones y experiencia

de la franquicia, además ésta debe adecuarse a sus necesidades y características propias.

A fin de obtener la información que le permitirá tomar una decisión apropiada, realice los siguientes pasos:

1.- Obtenga información acerca del franquiciante.- Solicite y revise el documento de condiciones de la franquicia, reúna copias de folletos y de toda la información adicional. Así mismo es indispensable investigar los siguientes puntos:

a) Experiencia del franquiciante

Se refiere a cuantos años tiene en el negocio de franquicias, y por lo tanto, que tipo de asesorías va a proporcionar al franquiciatario basándose en su experiencia.

b) Antigüedad como franquiciante en comida rápida

Se refiere a investigar en cuantos años los franquiciatarios han tenido éxito en sus negocios.

c) Número de franquicias otorgadas

Es importante conocer cuantos años tiene de otorgar franquicias y cuantas ha otorgado en ese lapso de tiempo, esto significa que la empresa franquiciante ha tenido una buena reputación en el otorgamiento de franquicias.

d) Estructuración del sistema de franquicias

Si el negocio esta perfectamente bien estructurado como para poder dar capacitación suficiente, asesorías, soporte de servicios y si se encuentra encuadrado a las necesidades individuales del franquiciatario.

e) Exito en los negocios franquiciados

Es conocer que porcentaje de los negocios otorgados por el franquiciante han tenido éxito, es decir, cubren las expectativas individuales de los franquiciatarios, para que se pueda confiar en su negocio y en su marca.

D) Soporte de servicios

El franquiciante tiene que demostrar competitividad y garantizar el nivel de asistencia esperado, así como los servicios que ofrece y con que frecuencia los va a proporcionar.

2. Organice un archivo.- Destine una carpeta a cada sistema de franquicias en comida rápida. Organice cuidadosamente la información por empresa debido a que necesita hacer muchas comparaciones.

3. Examine sus archivos.- Revise con cuidado la información recabada sobre franquicias, más otros materiales escritos que existan sobre el mismo tema, poniendo una especial atención en las preguntas que desea plantearle al franquiciante; revise algunos puntos determinantes: La experiencia empresarial del franquiciante, su historia de litigios o quiebras, es decir, si sus franquiciatarios lo han demandado alguna vez o varias por

incumplimiento de alguno de los elementos necesarios para el desarrollo del negocio; derechos territoriales concedidos a los franquiciatarios, cifras de inversión inicial y la información financiera de la empresa.

La información sobre ganancias no siempre es facilitada por todas las empresas. Pero aunque la empresa proporcione estos datos, conviene realizar entrevistas personales a franquiciatarios para obtener información adicional.

Ahora bien, ya en posesión de la información respectiva deberemos evaluar si cubre nuestras expectativas.

"Es preciso que el franquiciatario conozca, con bastante aproximación, el monto de la inversión que deberá realizar, y qué porcentaje de ese monto tendrá que aportar en los trámites iniciales.

Como franquiciatario, usted debe estar preparado para hacer una inversión inicial suficiente para cubrir como mínimo:

A.- El pago inicial (Franchise Fee)

Mucho depende del tamaño del punto de venta o del tipo de mobiliario, costo de los equipos, instalaciones, artículos de decoración, y otros que usted pueda necesitar para iniciar la operación de la franquicia.

B.- El costo del local (traspaso) o adaptación

Toda esta inversión se va desembolsando conforme se va desarrollando la instalación o remodelación del local. Por lo menos un 50%

de los franquiciantes apoyan a los nuevos franquiciatarios a financiar esta obra.

C.- Antes de que el negocio llegue a subsistir por sí mismo, deberá generar lo suficiente para solventar todos los egresos necesarios para el buen funcionamiento de la franquicia, tales como: contador, salarios, licencias, impuestos, promoción de la inauguración, luz, teléfono, agua, alquiler del local, limpieza y mantenimiento de las instalaciones y otros gastos diversos.

La recuperación de lo invertido y el tiempo que esto lleva es uno de los factores que el futuro franquiciatario estudia detenidamente, este elemento le ayudará a tomar la importante decisión de cual franquicia adquirir, se recomienda a los interesados comprobar con los franquiciatarios que ya operan, lo que el franquiciante afirma en relación a los periodos de recuperación.

De ahí que debe exigirle al franquiciante datos que le permitan calcular el retorno de la inversión, información basada en experiencia real en la conducción de la Unidad Piloto en un mercado similar, por lo menos a cinco años que incluya:

- 1.- Facturación mensual de lo que usted puede esperar de ventas por productos en su franquicia.
- 2.- Utilidad Bruta
- 3.- Utilidad neta actual, descontando los impuestos aplicables en un desglose mensual que permitirá identificar hasta cuando podrá usted empezar a retirar

las utilidades sin sacrificar el negocio preservando su capacidad de hacer nuevas inversiones y reinversiones, necesarias para mantener su franquicia funcionando como se debe.

Así mismo, deberá efectuarse un análisis financiero, basándose en la facturación bruta de un año y deduciendo:

- Devoluciones, descuentos, etc.
- Costos del producto o servicio vendido
- Todos los gastos normales, incluidos su propio sueldo o dividendos, regalías a la empresa franquiciante, etc.
- Impuestos sobre la renta y otros gravámenes o contribuciones

Acercas de cada dato que nos proporcione la empresa franquiciante, deberemos analizar si es congruente; es decir, si nos proporciona datos de renta deberemos compararlos con los de la zona en donde planeamos instalar la franquicia, y si le proporciona datos de venta, habrá que considerar si éstos son de su mejor unidad, o es el rango promedio de ventas de todas sus unidades.

Existen diversos parámetros para saber si la franquicia es una buena inversión, incluso hay quien considera que si las utilidades que ofrece cubren sus expectativas de ingresos personales, entonces es aceptable; otros basan su criterio comparándolo con la rentabilidad de las inversiones en bancos, bolsas de valores, etc. Es por ello recomendable comparar la

franquicia analizada con otras franquicias del mismo giro, y si el resultado final es atractivo, éste es sólo el primer punto favorable.”¹¹

Explore el mercado del producto o servicio de manera independiente, para determinar si podrá vender exitosamente el producto a través de una franquicia y no confíe únicamente en la información del franquiciante. A pesar de que la empresa ofrezca sólida estructura, administración y financiamiento adecuados, conviene asegurarse de que existe un buen mercado para el producto. De lo contrario, el franquiciatario se enfrentará a pérdidas seguras.

También es importante que se entreviste con otros franquiciatarios de distintas zonas geográficas para cotejar la información aportada por el franquiciante y tener una idea más veraz de la relación que existe entre ellos, no debe evaluar únicamente aspectos de tipo financiero y de mercado, sino también al personal que opera en ese negocio, para poder determinar cual será el ambiente de trabajo en el que estará relacionado el franquiciatario por un tiempo determinado.

Se recomienda hacer algunas preguntas a los franquiciatarios que ya están en operación de sus negocios, como son las siguientes:

1. ¿Cuál es su opinión personal del franquiciante?
2. ¿El franquiciante le asesoró en la búsqueda de un local adecuado?

11 Excélsior, Evaluación Financiera de la Franquicia, p.2

3. ¿Como financió el negocio?
4. ¿Se han utilizado las regalías de publicidad para ese mismo fin?
5. ¿Mantiene una buena relación con el franquiciante y han recibido apoyo?
6. ¿Recibió la capacitación necesaria por parte del franquiciante y han sido constantes los servicios proporcionados por el mismo?
7. ¿Se cumplió el retorno de la inversión en el tiempo prometido?
8. ¿Las ganancias corresponden a sus expectativas?
9. ¿Se siente satisfecho con su inversión?
10. ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos del negocio?
11. ¿Existen aspectos de la empresa que le hayan decepcionado?
12. ¿Recomendaría adquirir una franquicia con el mismo franquiciante?
13. ¿Con base en la experiencia adquirida, volvería a realizar ésta inversión?

4. Haga preguntas.- Nada sustituye a las preguntas que el futuro franquiciatario pueda plantear a la empresa. Solicite una lista completa de franquicias en comida rápida en su localidad y visite al menos a cinco franquiciantes, haga su propia selección y realice entrevistas personales de manera que obtenga un panorama más completo y objetivo.

Una vez satisfecho con la información recabada, deberá seleccionar el programa de franquicias más atractivo y formular su plan de negocios.

El hecho de adquirir una franquicia, es de menor riesgo que poner un negocio independiente, dichos riesgos no desaparecen porque el

franquiciatario es el dueño de su propio negocio y depende de él, el éxito o fracaso en el mismo.

2.5 VENTAJAS Y DESVENTAJAS AL SELECCIONAR UNA FRANQUICIA

El franquiciatario debe considerar las siguientes ventajas y desventajas antes de adquirir una franquicia como son:

PRINCIPALES VENTAJAS

1. Negocio ya probado.- El franquiciatario realizará una inversión en un negocio "probado", es decir, representa para él una inversión más segura que invertir en un negocio nuevo, ya que recibe tecnología para vender productos o servicios amparados por una marca, nombre comercial y con cierto prestigio y participación en un mercado.

El franquiciante debe mantener el interés de corregir y adaptar constantemente el sistema para que así , conserve su vigencia y redituabilidad.

2. Marca y productos reconocidos.- Una franquicia le aporta al franquiciatario el derecho de uso de una marca o nombre comercial. De alguna forma, el franquiciatario adquiere la cartera de clientes que ya se identifican con dicha marca y con la reputación de los servicios que presta. Así mismo, el servicio o producto goza de un buen nivel de aceptación que un negocio independiente requeriría de años para alcanzar.

3. Instalación del negocio.- Cuando se está ante una franquicia de formato de negocios, se está ante un negocio completo que no requiere de meses o años para depurar el producto o servicio que se ofrece, es decir, que debe operar de acuerdo y con estricto apego a un "sistema", en donde el riguroso cumplimiento de los manuales operativos se refiere a todos los aspectos de la conducción del negocio.

El explotar un negocio ya desarrollado por medio de la franquicia, le dará al franquiciatario, posibilidad de obtener utilidades más rápido que si inicia por su cuenta el negocio.

4. Economías de escala.- La capacidad de comprar los insumos del negocio en condiciones preferenciales, es una de las ventajas de la franquicia. En la franquicia se puede comprar, sin importar los volúmenes con descuentos, por el simple hecho de que el pedido que se le haga a los proveedores es, de hecho, considerado por éstos como una compra global.

Es decir el franquiciatario, junto con otros franquiciatarios tiene un poder de compra colectivo que tardaría mucho tiempo en adquirir por sí solo.

5. Publicidad y Promoción.- La publicidad tiene un costo muy alto dependiendo del medio de comunicación que se utilice y si consideramos que se pague en forma individual, los franquiciatarios no podrían llevar a cabo ninguna publicidad.

Los gastos publicitarios representan una de las principales ventajas ya que por medio del sistema de franquicias, un pequeño comerciante accede a campañas mas inteligentes y con presupuestos económicos que representan beneficios importantes para el franquiciatario.

Comúnmente, esto se lleva a cabo por medio de las regalías publicitarias, esto es, el franquiciante cobrará un porcentaje de regalías para publicidad y de esta forma, entre todos los franquiciatarios existentes de esa marca y el franquiciante realizarán un fondo que servirá para emprender campañas regionales o inclusive nacionales que son originadas por el franquiciante o por el franquiciatario con el apoyo de aquél.

6. Asistencia profesional y apoyo constante.- Este apoyo generalmente incluye estudios de mercado, selección y negociaciones para la compra del local, instalación de la tienda, promoción del día de la apertura, procedimientos contables, apoyo operativo, además de una continua investigación y desarrollo de nuevos productos, servicios y técnicas de promoción, operación y desarrollo.

El apoyo técnico le sirve al franquiciatario para saber cómo, cuándo y por qué realizar algunas cosas del negocio, aparte de este apoyo, están los manuales de operación en los cuales se detalla punto por punto los pormenores del negocio.

7. Sistemas administrativos y gerenciales.- En el sistema de franquicias todo esta planeado de tal forma que se tienen estructurados programas

administrativos y gerenciales, para ayudar a los franquiciatarios a que el negocio este bien administrado y siguiendo los lineamientos que les proporcionen mejores resultados.

Cuando se adquiere una franquicia se adquiere el derecho a que se le concedan estas asesorías administrativas y gerenciales y que durante toda la relación que se pacte en el contrato, se tendrán estos servicios de apoyo por parte del franquiciante.

Los sistemas administrativos y gerenciales están hechos para administrar el negocio adecuadamente y detectar problemas administrativos, financieros o de mercadotecnia, y poderlos corregir contando con la asesoría de personal especializado.

8. Capacitación.- Debido a que los franquiciatarios no conocen sobre el negocio en el que invierten, necesitan de un buen entrenamiento el cual es teórico y posteriormente es práctico en una unidad piloto propiedad del franquiciante.

La capacitación no termina con un curso inicial sino que durante todo el tiempo que dure la relación entre franquiciante y franquiciatario, éste tendrá cursos constantemente en diversas materias relacionadas con el trato a clientes, motivación al personal, etc.

El franquiciante proporcionará capacitación e inspecciones periódicas sobre el desarrollo del negocio, lo que ahorra costos en estas áreas.

9. Desarrollo e Investigación.- La tecnología que recibe el franquiciatario tiene un alto costo de investigación y desarrollo que difícilmente podría costear por sí mismo.

10. Responsabilidad en selección de personal y pago de impuestos.- El franquiciatario asume cualquier relación laboral con sus propios trabajadores y empleados sin que exista un intermediario como podría ser el franquiciante.

Así mismo, el franquiciatario como persona y contribuyente distinto al franquiciante, asume todas las obligaciones y responsabilidades relacionadas con el Fisco.

11. Sinergia.- Todos los franquiciatarios, así como el franquiciante, trabajarán en conjunto con la motivación de operar su propio negocio, pero aportando con su trabajo y éxito un beneficio colectivo para el franquiciante y los demás franquiciatarios del sistema.

12. Concepto exitoso.- Para el franquiciante y el franquiciatario, la franquicia tiene un mismo fin: La exitosa operación de un negocio.

13. Reducción de riesgos.- El franquiciante le dará mayor apoyo al franquiciatario a través de una unidad piloto en donde se va poner en práctica la operación diaria del negocio, además de observar los procesos y sistemas operativos, para detectar las deficiencias que pueden ocurrir, mismas que se eliminarán en su oportunidad, con el fin de seguir manteniendo la misma calidad de los productos.

En la unidad piloto se proporcionará capacitación y entrenamiento al franquiciatario en el desarrollo de sus funciones cotidianas, así como también tendrá contacto con el tipo de clientes del negocio; estos aspectos pueden reducir los riesgos que tendría un franquiciatario al establecer su propio negocio sin el apoyo del franquiciante.

14. Facilidades iniciales.- El apoyo técnico que recibe el franquiciatario para la organización de su negocio, es una de las ventajas que se obtiene al adquirir la franquicia, esta apoyo le sirve al franquiciatario inexperto para saber cómo, cuándo y por qué realizar las funciones del negocio, también contará con apoyo administrativo y gerencial que le servirá de gran ayuda para alcanzar el éxito.

15. Manual de operaciones.- El franquiciatario recibirá un manual de operaciones que contiene información de la unidad piloto, ya que en ella se observan las actividades cotidianas del establecimiento; éste manual le servirá de guía para enseñarle paso a paso el manejo de la empresa y le explicará en forma detallada todos los procedimientos administrativos y operativos para la instalación y organización del negocio.

Otros aspectos importantes que debe contener son:

- Selección, reclutamiento y contratación del personal ya que contiene un perfil definido para cada puesto así como las funciones y responsabilidades que tendrá cada empleado.
- Motivación al personal

- Trato a clientes
- Estándares de calidad
- Como llevar la contabilidad
- Manejo del inventario
- Procedimientos administrativos para comercializar los productos.

16. Soporte motivacional.- En la relación entre franquiciatario y franquiciante es importante que éste último proporcione estímulos y motive al franquiciatario diciéndole como va creciendo su negocio y que él es parte esencial del mismo ya que el éxito que obtenga, coadyuvará a que el franquiciante incremente su prestigio.

PRINCIPALES DESVENTAJAS

1. Poca Independencia.- La principal desventaja del sistema de franquicias, para el franquiciatario, es la pérdida de su independencia, resultante de todas las políticas, los estándares operativos, sistemas de administración, organización, ventas, publicidad y de manejo en general del negocio franquiciado, la compra supervisada de los insumos del negocio, equipos, los controles en la selección, localización y decoración de la unidad y de los demás estándares del negocio, que son, en realidad, los conceptos que conforman la tecnología o know-how por los que el franquiciatario paga una regalía, esto va a suponer para él mismo, poca independencia pues debe ajustarse a los manuales de operación del franquiciante, esta limitante en

ocasiones incluye la capacidad de crear nuevos productos, lo que podrá representar pérdidas de oportunidades para los franquiciatarios.

2. Pagos al franquiciante.- Todo el apoyo y los conocimientos que recibe un franquiciatario derivados de un "sistema" de negocios comprobado, así como la reducción del riesgo de emprender un negocio, tienen un valor económico. Es por eso que el franquiciante ejerce el derecho de cobrarle a sus franquiciatarios una cuota inicial que es una cantidad fija que se paga a la firma del contrato de franquicia y regalías que es un porcentaje que se determina a partir de los ingresos brutos del negocio.

El pago de regalías y otros pagos relacionados con la franquicia, están sujetos a los resultados del negocio, por lo que resultan para el franquiciatario un costo variable en su operación.

3. Riesgo asociado con el desempeño del franquiciante.- Los resultados de un franquiciatario siempre estarán relacionados con los aciertos y errores del franquiciante. Así que antes de firmar algún contrato, es preciso hacer una rigurosa selección, buscando los aspectos de comportamiento ético del franquiciante, que puedan brindar mayor seguridad.

4. Limitantes en cuanto a las compras del negocio.- Existen límites en la mayoría de los contratos de franquicia en cuanto a las compras que lleve a cabo el negocio franquiciado. A veces, tales operaciones se sujetan a la autorización del franquiciante.

Cuando un franquiciante impone al franquiciatario la obligación de comprar o contratar un producto o servicio de un proveedor específico, se debe considerar que ello responde al interés del franquiciante en estandarizar la operación de los franquiciatarios y de los productos que vende él mismo, ya que si existen diferencias substanciales en presentación y calidad del producto o servicio pueden afectar la imagen de la empresa o comprometer la marca.

5. Inflexibilidad.- El negocio de franquicias tiene como característica ser un método inflexible. Cada franquiciatario se regula por un contrato que determina los criterios de operación; en algunos casos esto dificulta la introducción de alteraciones como puede ser: cambio del punto de venta, renovación de equipo, etc.

Este aspecto se vuelve difícil para que el franquiciatario pueda responder adecuadamente a la competencia y a las necesidades de cambio exigidas por el mercado.

6. Precios de los servicios de apoyo

Al principio los servicios de apoyo son necesarios y a los franquiciatarios no les importa pagarlos. Como al pasar el tiempo puede ocurrir una reducción en los servicios, ocasionada por la propia experiencia adquirida por el franquiciatario; esto acaba generando cierta contracción en el pago y la continuidad del mismo.

7. El crecimiento podría ser limitado.- Si usted inicia un negocio y éste es exitoso, usted buscará abrir sucursales en otras zonas. Como franquiciatario usted no podrá tener esta oportunidad, las franquicias por lo regular tienen derechos específicos de territorialidad determinados en el convenio, así que usted estará imposibilitado de crecer.

Esta es una resolución a sus limitaciones; dependiendo de sus circunstancias particulares, esto podría ser un impedimento potencial a su decisión de entrar al negocio de las franquicias.

8. Monitoreo de los servicios.- Inicialmente la visita de un representante del franquiciante para supervisar el negocio es bien recibida. Más adelante con el paso del tiempo, el franquiciatario comienza a adquirir experiencia y por mas competente e intencionado que pueda ser el representante, su visita no será demasiado importante para el franquiciatario.

Como ya se comento, el futuro franquiciatario tendrá que realizar una evaluación de las ventajas y desventajas del sistema de franquicias, para que finalmente y con base en la información obtenida, seleccione el entrar al sistema franquicias o eliga otra opción también evaluada.

CAPITULO 3
MARCO LEGAL DE LAS FRANQUICIAS

CAPITULO 3

MARCO LEGAL DE LAS FRANQUICIAS

3.1 CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

"Artículo 25. Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral, que fortalezca la soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege esta Constitución.

El Estado planeará, conducirá, coordinará y orientará la actividad económica nacional, y llevará a cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga esta Constitución.

Al desarrollo económico nacional concurrirán, con responsabilidad social, el sector público, el sector social y el sector privado, sin menoscabo de otras formas de actividad económica que contribuyan al desarrollo de la Nación.

El sector público tendrá a su cargo, de manera exclusiva, las áreas estratégicas que se señalan en el artículo 28, párrafo cuarto de la

Constitución, manteniendo siempre el Gobierno Federal la propiedad y el control sobre los organismos que en su caso se establezcan.

Así mismo, podrá participar por sí o con los sectores social y privado de acuerdo con la ley, para impulsar y organizar las áreas prioritarias del desarrollo.

Bajo criterios de equidad social y productividad se apoyará e impulsará a las empresas de los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público y al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y el medio ambiente.”

Finalmente el último párrafo del artículo mencionado establece:

“La ley alentará y protegerá la actividad económica que realicen los particulares y proveerá las condiciones para que el desenvolvimiento del sector privado contribuya al desarrollo económico nacional, en los términos que establece esta Constitución.”

En este artículo se menciona que el Estado tendrá la facultad de planear, conducir, coordinar y orientar la actividad económica fomentando el crecimiento económico, el empleo y una justa distribución del ingreso y la riqueza; con la participación del sector público, social y privado.

En lo que se refiere al sector privado podemos involucrar a las empresas de franquicias, las cuales están sujetas a las modalidades que dicte el interés público en lo que se refiere a los recursos productivos para

conservar el medio ambiente, coadyuvando al crecimiento económico nacional y a la generación de más empleos.

“Artículo 28. En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.

En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesarios y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios, exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

Las leyes fijarán bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de estos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley

protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses.

No constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; petróleo y los demás hidrocarburos; petroquímica básica; minerales radioactivos y generación de energía nuclear; electricidad y las actividades que expresamente señalen las leyes que expida el Congreso de la Unión. La comunicación vía satélite y los ferrocarriles son áreas prioritarias para el desarrollo nacional en los términos del artículo 25 de esta Constitución; el Estado al ejercer en ellas su rectoría, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación, y al otorgar concesiones o permisos mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación de acuerdo con las leyes de la materia.

El Estado contará con los organismos y empresas que requiera para el eficaz manejo de las áreas estratégicas a su cargo y en las actividades de carácter prioritario donde, de acuerdo con las leyes, participe por sí o con los sectores social y privado.”

Por último, el noveno párrafo establece lo siguiente:

“Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.”

Esta disposición la podemos enfocar a las empresas que ofrecen productos bajo el sistema de franquicias, las cuales no podrán elevar sus precios de forma excesiva en favor de sus intereses personales obligando a los consumidores a pagar precios muy elevados, perjudicando así al público en general. De igual forma, estas empresas no podrán realizar algún acuerdo con empresarios, productores e industriales que constituyan monopolios o impidan la libre competencia en la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios.

3.2 LEY DE FOMENTO Y PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

“Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto:

- I. Establecer las bases para que, en las actividades industriales y comerciales del país, tenga lugar un sistema permanente de perfeccionamiento de sus procesos y productos;
- II. Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos dentro de los sectores productivos;
- III. Propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio, conforme a los intereses de los consumidores;

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

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

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

“Artículo 62. Los derechos que confiere una patente o registro, o aquéllos que deriven de una solicitud en trámite, podrán gravarse y transmitirse total o parcialmente en los términos y con las formalidades que establece la legislación común. Para que la transmisión de derechos o gravamen puedan producir efectos en perjuicio de terceros, deberá inscribirse en el Instituto.

Podrá solicitarse mediante una sola promoción la inscripción de transferencias de la titularidad de dos o más solicitudes en trámite o de dos o más patentes o registros cuando quien transfiere y quien adquiere sean las mismas personas en todos ellos. El solicitante deberá identificar cada una de las solicitudes, patentes o registros en los que se hará la inscripción. Las tarifas correspondientes se pagarán en función del número de solicitudes, patentes o registros involucrados.”

"Artículo 63. El titular de la patente o registro podrá conceder, mediante convenio, licencia para su explotación. La licencia deberá ser inscrita en el Instituto para que pueda producir efectos en perjuicio de terceros.

Podrá solicitarse mediante una sola promoción la inscripción de licencias de derechos relativos a dos o más solicitudes en trámite o a dos o más patentes o registros cuando el licenciante y el licenciario sean los mismos en todos ellos. El solicitante deberá identificar cada una de las solicitudes, patentes o registros en los que se hará la inscripción. Las tarifas correspondientes se pagarán en función del número de solicitudes, patentes o registros involucrados."

"Artículo 82. Se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

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

En las franquicias de comida rápida se considera como secreto industrial, la información que el franquiciante le proporcione al

franquiciatario, con respecto al manejo y operación del negocio, así como el proceso de preparar, elaborar y ofrecer los productos y servicios al público consumidor.

“Artículo 85. Toda aquella persona que, con motivo de su trabajo, empleo, cargo, puesto, desempeño de su profesión o relación de negocios tenga acceso a un secreto industrial del cual se le haya prevenido sobre su confidencialidad, deberá abstenerse de revelarlo sin causa justificada y sin consentimiento de la persona que guarde dicho secreto o de su usuario autorizado.”

Todos aquellos empleados del franquiciatario que de acuerdo a las funciones que desempeñan en el lugar de trabajo que tengan conocimiento de alguna información confidencial en el proceso de elaboración del producto, no podrán dar a conocer dicha información sin autorización del franquiciatario.

“Artículo 136. El titular de una marca registrada o en trámite podrá conceder, mediante convenio, licencia de uso a una o más personas, con relación a todos o algunos de los productos o servicios a los que se aplique dicha marca. La licencia deberá ser inscrita en el Instituto para que pueda producir efectos en perjuicio de terceros.”

En el sistema de franquicias el franquiciante mediante un acuerdo con el franquiciatario le otorga la licencia de uso de su marca o nombre comercial en un producto o servicio.

Para la cancelación de la inscripción de una licencia de uso de marca y de patente se procederá conforme a los artículos 65 y 138 de la ley conforme a lo siguiente:

- a) Cuando lo soliciten conjuntamente el titular de la patente y la marca y los usuarios a quienes se les haya concedido las licencias.
- b) Por nulidad, caducidad de la patente y marca o cancelación del registro de la marca o cuando se trate de marcas en trámite y no se obtenga el registro de las mismas, y
- c) Por orden judicial.

“Artículo 139. Los productos que se vendan o los servicios que se presten por el usuario deberán ser de la misma calidad que los fabricados o prestados por el titular de la marca. Además, esos productos o el establecimiento en donde se presten o contraten los servicios deberán indicar el nombre del usuario y demás datos que prevenga el reglamento de esta Ley.”

Estos datos los menciona el artículo 64 del reglamento y son:

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

El franquiciatario deberá ofrecer los mismos productos que preste el franquiciante, los cuales deberán tener la misma calidad y ostentar el nombre de la franquicia.

“Artículo 140. La persona que tenga concedida una licencia inscrita en el Instituto, salvo estipulación en contrario, tendrá la facultad de ejercitar las acciones legales de protección de los derechos sobre la marca, como si fuera el propio titular.”

El franquiciatario podrá impedir cualquier daño en contra de los derechos exclusivos de la marca que le fueron concedidos al franquiciante.

Por otra parte, el reconocimiento de la figura de la franquicia y de las obligaciones y responsabilidades inherentes a la misma en el derecho mexicano, se consideró con la publicación del Reglamento de la Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, en enero de 1990.

Debido a la necesidad de adecuar aún más las leyes, el 27 de junio de 1991, se promulgó la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, que en su artículo 2o. transitorio abrogó a la Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, y su correspondiente reglamento.

Esta ley en su artículo 142 define a la franquicia y la obligación a cargo del franquiciante de proporcionar al futuro franquiciatario la información básica de la empresa franquiciante, conforme a lo que determina el reglamento publicado el 18 de noviembre de 1994.

“Artículo 142. Existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos, técnicas o se proporcione asistencia

técnica para que la persona quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta designe.

Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretende conceder, previamente a la celebración del convenio respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que establezca el reglamento de esta Ley.”

El artículo 65 del reglamento señala que deberá proporcionar la siguiente información técnica, económica y financiera:

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

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

Cuando un franquiciante otorga una licencia a un franquiciatario, ya sea para el uso de algún derecho de propiedad industrial o para hacer uso de la franquicia, ésta debe ser inscrita en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; la solicitud deberá contener los datos que señalan los artículos 5 y 10 del reglamento, y son los siguientes:

Según el artículo 5.

- a) Presentar la solicitud correspondiente en formas oficiales impresas con el número de ejemplares y anexos que se establezcan en la misma, las cuales deben estar mecanografiadas, debidamente requisitadas y firmadas en todos sus ejemplares.
- b) Deberán indicar algún domicilio en el territorio nacional para oír y recibir notificaciones.
- c) Señalar el número de solicitud, patente, registro, folio y fecha de recepción.

- d) Anexar el comprobante de pago de la tarifa a que corresponda el trámite.
- e) Si existen documentos escritos en un idioma extranjero deberá presentarse una traducción al español.
- f) Anexar documentos que acrediten la personalidad de los apoderados o representantes legales y en su caso, su carácter de causahabientes.
- h) Si existieran documentos provenientes del extranjero, deberá proporcionarse la legalización de los mismos.

Según el artículo 10.

- I. El nombre, denominación o razón social, nacionalidad y domicilio del licenciante o franquiciante y licenciataria o franquiciataria;
- II. La vigencia del convenio;
- III. Si el convenio reserva al licenciante, usuario autorizado o franquiciante la facultad de ejercer las acciones legales de protección del derecho de propiedad industrial materia del mismo;
- IV. Tratándose de licencia de uso de marca, los productos o servicios respecto de los cuales se concede la licencia, y
- V. Los demás datos que se soliciten en las formas oficiales.

La solicitud deberá acompañarse de un ejemplar certificado o con firmas autógrafas del convenio en que conste la licencia, autorización de uso o franquicia. Podrán omitirse en el ejemplar que se exhiba, las estipulaciones contractuales que se refieren a las regalías y demás contraprestaciones que deba pagar el licenciataria, usuario autorizado o franquiciataria; las que se

refieran a la información confidencial, referente a las formas o medios de distribución y comercialización de los bienes y servicios, así como los anexos de información técnica que lo integren.

La solicitud de inscripción podrá ser presentada por cualquiera de las partes."

Algunas de las infracciones administrativas en que puede incurrir el franquiciatario, según el artículo 213, son:

"V. Usar, sin consentimiento de su titular, una marca registrada o semejante en grado de confusión como elemento de un nombre comercial o de una denominación o razón social, o viceversa, siempre que dichos nombres, denominaciones o razones sociales estén relacionados con establecimientos que operen con los productos o servicios protegidos por la marca;

VIII. Usar una marca previamente registrada o semejante en grado de confusión como nombre comercial, denominación o razón social o como parte de éstos, de una persona física o moral cuya actividad sea la producción, importación o comercialización de bienes o servicios iguales o similares a los que se aplica la marca registrada, sin el consentimiento, manifestado por escrito, del titular del registro de marca o de la persona que tenga facultades para ello;

IX. Efectuar, en el ejercicio de actividades industriales o mercantiles actos que causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer o suponer infundadamente:

- a) La existencia de una relación o asociación entre un establecimiento y el de un tercero;
 - b) Que se fabriquen productos bajo especificaciones, licencias o autorización de un tercero;
 - c) Que se prestan servicios o se venden productos bajo autorización, licencias o especificaciones de un tercero;
- X. Intentar o lograr el propósito de desprestigiar los productos, los servicios, la actividad industrial o comercial o el establecimiento de otro. No estará comprendida en esta disposición, la comparación de productos o servicios que ampare que dicha comparación no sea tendenciosa, falsa o exagerada en los términos de la Ley Federal de Protección al Consumidor;
- XI. Fabricar o elaborar productos amparados por una patente o por un registro de modelo de utilidad o diseño industrial, sin consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva;
- XII. Ofrecer en venta o poner en circulación productos amparados por una patente o por un registro de modelo de utilidad o diseño industrial, a sabiendas de que fueron fabricados o elaborados sin consentimiento del titular de la patente o registro o sin la licencia respectiva;
- XIII. Utilizar procesos patentados, sin consentimiento del titular de la patente o sin la licencia respectiva;
- XIV. Ofrecer en venta o poner en circulación productos que sean resultado de la utilización de procesos patentados, a sabiendas de que fueron

utilizados sin el consentimiento del titular de la patente o de quien tuviera una licencia de explotación;

XV. Reproducir o imitar diseños industriales protegidos por un registro, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva;

XVI. Usar un aviso comercial registrado o uno semejante en grado de confusión, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva para anunciar bienes, servicios o establecimientos iguales o similares a los que se aplique el aviso;

XVII. Usar un nombre comercial o uno semejante en grado de confusión, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva; para amparar un establecimiento industrial, comercial o de servicios del mismo o similar giro;

XVIII. Usar una marca registrada, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva, en productos o servicios iguales o similares a los que la marca se aplique;

XIX. Ofrecer en venta o poner en circulación productos iguales o similares a los que se aplica una marca registrada, a sabiendas de que se usó ésta en los mismos sin consentimiento de su titular;

XX. Ofrecer en venta o poner en circulación productos a los que se aplica una marca registrada que hayan sido alterados;

XXI. Ofrecer en venta o poner en circulación productos a los que se aplica una marca registrada, después de haber alterado, sustituido o suprimido parcial o totalmente ésta."

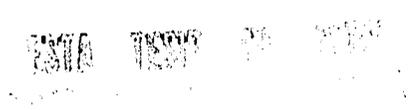
3.3 LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR

“Artículo 1. La presente ley es reglamentaria del artículo 28 constitucional; sus disposiciones son de orden público y se reputan de interés social; tienen por objeto la protección de los derechos que la misma establece en beneficio del autor de toda obra intelectual o artística y la salvaguarda del acervo cultural de la nación.”

“Artículo 2. Son derechos que la ley reconoce y protege en favor del autor de cualquiera de las obras que se señalan en el artículo anterior los siguientes:

- 1.- El reconocimiento de su calidad de autor;
- 2.- El de oponerse a toda deformación, mutilación o modificación de su obra, que se lleve a cabo sin su autorización, así como a toda acción que redunde en demérito de la misma o mengua del honor, del prestigio o de la reputación del autor. No es causa de la acción de oposición la libre crítica científica, literaria o artística de las obras que ampara esta ley, y
- 3.- El usar o explotar temporalmente la obra por sí mismo o terceros, con propósitos de lucro de acuerdo con las condiciones establecidas por la ley.”

El derecho que reconoce el artículo 2 fracción segunda, es el de garantizar a los creadores que sus obras estarán debidamente resguardadas tanto para sus intereses personales como para su difusión masiva.



“Artículo 7. La protección a los derechos de autor se confiere con respecto de sus obras, cuyas características correspondan a cualesquiera de las ramas siguientes:

- a) Literarias;
- b) Científicas, técnicas y jurídicas;
- c) Pedagógicas y didácticas;
- d) Musicales, con letra o sin ella;
- e) De danza, coreográficas y pantomímicas;
- f) Pictóricas, de dibujo, grabado o litografía;
- g) Escultóricas y de carácter plástico;
- h) De arquitectura;
- i) De fotografía, cinematografía, audiovisuales, de radio y televisión;
- j) De programas de computación, y
- k) Todas las demás que por analogía pudieran considerarse comprendidas dentro de los tipos genéricos de obras artísticas e intelectuales antes mencionadas.

La protección de los derechos de autor que esta ley establece surtirá legítimos efectos cuando las obras consten por escrito, en grabaciones o en cualquiera otra forma de objetivación perdurable y que sea susceptible de reproducirse o hacerse del conocimiento público por cualquier medio.”

Por lo anterior, una franquicia puede tener diferentes elementos creativos, desde el aspecto exterior del negocio hasta el contenido de los

manuales, éstos elementos están protegidos por la Ley Federal de Derechos de Autor, y se encuentran clasificados en las siguientes ramas:

1. De arquitectura.- El aspecto exterior y demás elementos arquitectónicos originales del negocio franquiciado son protegidos por el derecho de autor, entre otros aspectos podrían ser los planos, y demás que por analogía pudieran considerarse comprendidos en este género.
2. Pictóricas, de dibujo, grabado o litografía.- La imagen del negocio franquiciado se compone de elementos distintivos y decorativos que pretenden lograr una imagen propia para el público consumidor. En un establecimiento se pueden encontrar diversas obras de arte aplicados a objetos funcionales o utilitarios. Por ejemplo: dibujos, pinturas, grabados, litografías y esculturas, incorporados en materiales de uso industrial, como tapices, alfombras, cortinas, manteles, etc.
3. Literarias.- Los manuales que son elaborados por el franquiciante comprenden en forma ordenada, información de políticas, planes y estrategias, lo cual permitirá al franquiciatario conocer con mayor facilidad la operación del negocio y actualizarse en su manejo. Por tal motivo, estos manuales se consideran como una obra de tipo literario y están protegidos por el derecho de autor.
4. De programas de computación.- Algunos de los programas de computación existentes en los establecimientos de franquicias en comida

rápida, son creados para dar un buen servicio al cliente y otros sirven de apoyo para la mejor operación del negocio.

Estos programas representan una obra que normalmente se realiza con la colaboración de varios creadores intelectuales. El franquiciante debe realizar las gestiones necesarias para que se le reconozca como titular de los derechos patrimoniales de dichos programas y pueda conceder las respectivas licencias de uso a los franquiciatarios.

El franquiciante debe ser muy cuidadoso en el establecimiento de normas que restringan la reproducción, utilización y divulgación de sus obras pictóricas, de arquitectura, literarias y de programas de computación para fines distintos a los que prevea la licencia de uso; por tal motivo, debe protegerlas desde su creación, y para que surta efectos legales cualquier acción que se ejerza, es necesario registrarlas ante la Dirección General del Derecho de Autor, dependiente de la Secretaría de Educación Pública.

Por lo anterior, si existen dos personas que reclamen los mismos derechos sobre una obra, la protección legal se otorga a la primera persona que la registró y se podrá imponer sanciones como las que establece el artículo 135 de la Ley Federal de Derechos de Autor que a continuación citamos:

“Artículo 135. Se impondrá prisión de seis meses a seis años y multa por el equivalente de cincuenta a quinientos días de salario mínimo, en los casos siguientes:”

Entre las fracciones principales de este artículo se encuentran:

- I. Al que sin consentimiento del titular del derecho de autor explote con fines de lucro una obra protegida;
- III. Al editor, productor o grabador que produzca mayor número de ejemplares que los autorizados por el autor o sus causahabientes, o a cualquier persona que, sin autorización de éste o éstos, reproduzca con fines de lucro un programa de computación;
- V. Al que publique una obra sustituyendo el nombre del autor por otro nombre, a no ser que se trate de seudónimo autorizado por el mismo titular.”

3.4 CODIGO DE COMERCIO

Los actos de comercio que realizan tanto el franquiciante como el franquiciatario se encuentran regulados en el Código de Comercio, por las siguientes disposiciones:

“Artículo 75. La ley reputa actos de comercio:”

Las siguientes fracciones son las que consideramos mas importantes por hacer referencia a la comercialización y distribución de productos y servicios.

- I.- Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados;
- II.- Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;
- V.- Las empresas de abastecimientos y suministros;
- VI.- Las empresas de construcciones y trabajos públicos y privados;
- VII.- Las empresas de fabricas y manufacturas;
- VIII.- Las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua, y las empresas de turismo."

El franquiciante y el franquiciatario realizan actos de comercio con las empresas de abastecimientos y suministros mencionadas en la fracción V del artículo 75, que son aquellos proveedores seleccionados por el franquiciante para abastecer las materias primas, con las cuales elaborarán sus productos.

Así mismo, por realizar estos actos de comercio, el franquiciante y el franquiciatario se consideran comerciantes como lo establece el siguiente artículo:

"Artículo 3. Se reputan en derecho comerciantes:

- I.- Las personas que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;
- II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;

III.- Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio.”

Las obligaciones que tienen por el hecho de ser comerciantes, según el artículo 16 del Código de Comercio, son:

a) Publicar por medio de la prensa la calidad mercantil y en su oportunidad, las modificaciones que se adopten.

Según el artículo 17 del Código de Comercio, el franquiciante tiene el deber de dar a conocer a los medios de comunicación la ubicación del nuevo establecimiento, su objeto, y la persona encargada de la administración del negocio, también debe de dar parte de las modificaciones que tengan cualquiera de los datos referidos.

b) Inscribir en el Registro Público del Comercio los documentos que señala el artículo 29 del Reglamento del Registro Público de Comercio que son: los testimonios de escrituras, actas notariales, pólizas u otros documentos.

c) Llevar un sistema de contabilidad como lo indica el artículo 33 del citado código, en donde nos dice que el sistema podrá llevarse mediante los sistemas de registro y procesamiento que mejor se acomoden a las características particulares del negocio y permitan:

. Identificar las operaciones individuales con los documentos comprobatorios originales de las mismas.

. Preparar los estados financieros que incluyan la información del negocio.

- . Incluir un sistema de control interno para impedir la omisión de operaciones y asegurar el correcto registro contable de las cifras.
- d) Conservar debidamente archivadas las cartas, telegramas y otros documentos que reciba en relación con el giro del negocio, como lo establece el artículo 47 del Código de Comercio.

3.5 LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES

El franquiciatario podrá constituirse por cualquiera de los siguientes tipos de sociedades mercantiles a que se refiere el artículo 1, que son:

- I.- Sociedad en nombre colectivo;
- II.- Sociedad en comandita simple;
- III.- Sociedad de responsabilidad limitada;
- IV.- Sociedad anónima;
- V.- Sociedad en comandita por acciones; "

"Cualquiera de las sociedades a que se refieren las fracciones I a V de este artículo podrán constituirse como sociedades de capital variable."

De los tipos de sociedades mencionados, consideramos que la gran mayoría de los franquiciatarios se constituyen como sociedad anónima.

"Artículo 89. Para proceder a la constitución de una sociedad anónima, se requiere:

- I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;
- II.- Que el capital social no sea menor de cincuenta millones de pesos y que esté íntegramente suscrito;
- III.- Que se exhiba en dinero efectivo cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario; y,
- IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse en todo o en parte, con bienes distintos del numerario."

Las causas por las que puede disolverse esta sociedad son:

"Artículo 229. Las sociedades se disuelven:

- I.- Por expiración del término fijado en el contrato social;
- II.- Por imposibilidad de seguir realizando el objeto principal de la sociedad o por quedar éste consumado;
- III.- Por acuerdo de los socios tomado de conformidad con el contrato social y con la ley;
- IV.- Porque el número de accionistas llegue a ser inferior al mínimo que esta ley establece, o porque las partes de interés se reúnan en una sola persona;
- V.- Por la pérdida de las dos terceras partes del capital social."

Disuelta la sociedad anónima se pondrá en liquidación, la cual estará a cargo de uno o más liquidadores quienes representarán a la sociedad, según el artículo 234 y 235 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Finalmente el artículo 240, nos dice que la liquidación se practicará de acuerdo a las estipulaciones previstas en el contrato social o a la resolución que tomen los socios.

3.6 CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL, EN MATERIA COMUN, Y PARA TODA LA REPUBLICA EN MATERIA FEDERAL

De este código solo veremos algunas de las disposiciones del libro cuarto, en lo que se refiere a la división y obligaciones de los contratos, enfocando dichos preceptos legales al contrato de franquicia y de los cuales trataremos en el siguiente capítulo.

3.7 LEY FEDERAL DE TRABAJO

Esta ley rige las relaciones de trabajo entre el patrón y el trabajador, en este caso el franquiciatario se considera como el patrón y las personas que laboran en el establecimiento son consideradas trabajadores.

Por lo que respecta a los trabajadores, éstos gozarán de los derechos que estipula el artículo 5; algunos de estos derechos son:

- a) No se podrá estipular una jornada mayor que la permitida por la ley.
- b) No podrán tener horas extras de trabajo los empleados que tengan menos de dieciséis años.

- c) No se podrá percibir un salario inferior al mínimo.
- d) No prolongar el sueldo de un trabajador después de una semana.
- e) No se podrá recibir un salario menor al de otro trabajador que labore en la misma empresa y que corresponda a la misma categoría y jornada de trabajo.

El lugar donde el franquiciatario ofrece sus productos y/o servicios se considera empresa, que en la ley en su artículo 16 la define como:

“Se entiende por empresa la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios.”

A las personas que trabajan en la empresa franquiciada se les considera que tienen una relación de trabajo con el franquiciatario por el hecho de prestarle un trabajo personal subordinado a cambio de un salario, según define el artículo 20 de la ley citada, el concepto de relación de trabajo.

En las relaciones de trabajo entre franquiciatarios y sus subordinados solo se celebran contratos individuales de trabajo y las condiciones de trabajo deberán hacerse por escrito y deberá contener lo que establece el artículo 25 de la siguiente manera:

- I. Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil y domicilio del trabajador y del patrón;
- II. Si la relación de trabajo es para obra o tiempo determinado o tiempo indeterminado;

- III. El servicio o servicios que deban prestarse, los que se determinarán con la mayor precisión posible;
- IV. El lugar o los lugares donde deba prestarse el trabajo;
- V. La duración de la jornada;
- VI. La forma y el monto del salario;
- VII. El día y el lugar de pago del salario;
- VIII. La indicación de que el trabajador será capacitado o adiestrado en los términos de los planes y programas establecidos o que se establezcan en la empresa y
- IX. Otras condiciones de trabajo, tales como días de descanso, vacaciones y demás que convengan al trabajador y el patrón."

En lo que se refiere a la capacitación que se le proporcionará al trabajador, en el caso del sistema de franquicias, el franquiciatario tiene la obligación de darle capacitación, apoyo y asesoría al franquiciatario en las áreas de mercadotecnia, administración, finanzas y recursos humanos.

Así mismo, el franquiciatario dará dicha capacitación a sus subordinados de acuerdo al nivel jerárquico en que se encuentren. Esto quiere decir que el gerente del establecimiento franquiciado recibirá una capacitación diferente que el supervisor del área de recursos humanos.

Por lo que respecta a la preparación del producto que en el caso que nos ocupa es de comida rápida, también el franquiciante le enseñará al franquiciatario como lo debe hacer y que ingredientes debe usar. De igual

forma el franquiciatario capacitará a sus subordinados de como debe ir preparado el producto, para que así verifiquen la calidad del mismo.

En cuanto a lo que se menciona en la fracción II del artículo citado anteriormente, el contrato deberá estipular el tiempo que dure la relación de trabajo, en caso en que no se estipule la duración, se considerará por tiempo indeterminado, según artículo 35 de la presente ley.

Por lo que se refiere a la fracción V, según el artículo 61 de la ley dice que "la duración máxima de la jornada será ocho horas la diurna, siete la nocturna y siete horas y media la mixta."

De acuerdo a la fracción VI, el monto del salario, según el artículo 84 de esta ley se integra "con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquiera otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por su trabajo."

En cuanto a la forma de pago del salario que hace el franquiciatario a sus trabajadores deberá hacerse en moneda de curso legal y no podrá realizarlo con mercancías, vales, o cualquier otra forma de sustitución de la moneda, según artículo 101 de la ley.

"Artículo 30. La prestación de servicios dentro de la República, pero en lugar diverso de la residencia habitual del trabajador y a distancia mayor de cien kilómetros, se regirá por las disposiciones contenidas en el artículo 28, fracción I, en lo que sean aplicables", las cuales son:

1.- Las condiciones de trabajo se deben hacer por escrito y para que sean válidas deben contener lo siguiente:

- a) Los requisitos anteriormente señalados del artículo 25.
- b) Los gastos de transporte y traslado hasta el lugar de origen, así como alimentación del trabajador y de su familia que en su caso serán por cuenta del patrón. Además al trabajador no se le podrá descontar por estos servicios y recibirá íntegro su salario.
- c) Tiene derecho a disfrutar de una vivienda pagando ya sea una renta o cualquier otra forma de pago, en un lugar cercano al centro de trabajo.

“Artículo 46. El trabajador o el patrón podrá rescindir en cualquier tiempo la relación de trabajo, por causa justificada, sin incurrir en responsabilidad.”

Tanto el franquiciatario como sus subordinados podrán rescindir la relación de trabajo justificadamente sin responsabilidad para alguna de las partes.

“Artículo 47. Son causas de rescisión de la relación de trabajo, sin responsabilidad para el patrón: ”

Algunas de estas causas son:

- a) Que el empleado proporcione al franquiciatario datos falsos de su capacidad, aptitudes o facultades. Esta causa deja de tener efecto después de 30 días de estar trabajando el empleado en el establecimiento franquiciado.

- b) Que el empleado cometa daños intencionales en la maquinaria, instrumentos, materias primas y otros objetos que se encuentren en el lugar de trabajo.
- c) Que el empleado de a conocer secretos de fabricación o datos confidenciales en perjuicio de la empresa.
- d) Que el empleado no siga las instrucciones contenidas en el Reglamento Interior de Trabajo, o en algún otro documento, para evitar algún accidente.

Entre algunas de las obligaciones que deben cumplir los trabajadores que laboren en el establecimiento franquiciado, según el artículo 134 de la ley , son las siguientes:

- 1.- "Cumplir las disposiciones de las normas de trabajo que les sean aplicables."
- 2.- "Observar las medidas preventivas e higiénicas que acuerden las autoridades competentes y las que indiquen los patrones para la seguridad y protección personal de los trabajadores."
- 3.- "Desempeñar el servicio bajo la dirección del patrón o de su representante, a cuya autoridad estarán subordinados en todo lo concerniente al trabajo."
- 4.- "Dar aviso inmediato al patrón, salvo caso fortuito o fuerza mayor, de las causas justificadas que le impidan concurrir a su trabajo."
- 5.- "Someterse a los reconocimientos médicos previstos en el reglamento interior y demás normas vigentes en la empresa o establecimiento, para

comprobar que no padecen alguna incapacidad o enfermedad de trabajo, contagiosa o incurable.”

6.- “Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y de fabricación de los productos a cuya elaboración concurren directa o indirectamente, o de los cuales tengan conocimiento por razón del trabajo que desempeñen, así como de los asuntos administrativos reservados, cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa.”

En caso de incumplimiento a las obligaciones del artículo 132 y 134 anteriormente señalados que deban llevar a cabo tanto el franquiciatario como sus empleados, éstos podrán ejercer de manera individual, ante las Juntas de Conciliación y Arbitraje, las acciones que les correspondan.

3.8 OTRAS LEYES

1.- LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

El objetivo de la ley se establece en el artículo 1, segundo párrafo, el cual dice: “El objeto de esta ley es promover y proteger los derechos del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.”

En lo que se refiere a nuestro tema, el franquiciante y el franquiciatario no son considerados consumidores por el hecho de adquirir bienes (materia

prima), con objeto de transformarlos y comercializarlos a terceros, por consiguiente los dos tienen el carácter de proveedores y la ley los define en su artículo 2, fracción segunda, de la siguiente forma; "Proveedor: La persona física o moral que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios."

Las campañas publicitarias que realiza el comité de franquiciatarios deberán reunir los requisitos de información y publicidad que establece el artículo 32 de la Ley Federal de Protección al Consumidor "La información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difunda por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión por su inexactitud."

Así mismo, de acuerdo a la información contenida en la publicidad; "El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidas o implícitas en la publicidad o información desplegadas, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor", según el artículo 42 de la ley referida.

Frecuentemente los establecimientos de comida rápida ofrecen promociones a los consumidores con el fin de incrementar la venta de sus

productos; el artículo 47 señala: "No se necesitará autorización para llevar a cabo promociones, excepto cuando así lo dispongan las normas oficiales mexicanas, en los casos en que se lesionen o se pueden lesionar los intereses de los consumidores.

La promoción esta definida en el artículo 46 que a continuación señalamos:

"Artículo 46. Para los efectos de esta ley, se considera promoción las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:

- I.- Con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido o a un solo precio;
- II.- Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuita o a precio reducido;
- III.- Con figuras o leyendas impresas en las tapas, etiquetas, o envases de los productos o incluidas dentro de aquéllos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse; y,
- IV.- Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares.

Por "oferta", "barata", "descuento", "remate" o cualquier otra expresión similar se entiende el ofrecimiento al público de productos o servicios de la misma calidad a precios rebajados o inferiores a los normales del establecimiento."

Cualquier tipo de promoción y oferta de las mencionadas en el artículo anterior, que realicen los franquiciantes y franquiciatarios en la venta de sus productos se sujetarán a lo siguiente:

"Artículo 48. En las promociones y ofertas se observarán las siguientes reglas:

- I.- En los anuncios respectivos deberán indicarse las condiciones, así como el plazo de duración o el volumen de los bienes o servicios ofrecidos. Si no se fija plazo ni volumen, se presume que son indefinidos hasta que se haga del conocimiento público la revocación de la oferta de modo suficiente y por los mismos medios de difusión; y,
- II.- Todo consumidor que reúna los requisitos respectivos tendrá derecho a la adquisición, durante el plazo previamente determinado o en tanto exista disponibilidad, de los bienes o servicios de que se trate ."

2.- LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONOMICA

Esta ley se deriva del artículo 28 constitucional en lo que se refiere a la competencia económica, monopolios y libre concurrencia, es aplicable a todas las áreas de la actividad económica y tiene por objeto, según el artículo 3, "proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios."

El franquiciante y el franquiciatario participan en la actividad económica del país como agentes económicos según lo menciona este artículo, ya sea como personas físicas o morales.

“Artículo 8. Quedan prohibidos los monopolios y estancos, así como las prácticas que, en los términos de esta ley, disminuyan, dañen o impidan la competencia y la libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios.”

El artículo anterior es aplicable a los contratos de franquicia, ya que pueden surgir prácticas monopólicas en el proceso de producción y comercialización de los productos que prohíban la competencia.

Para los efectos de esta ley en su artículo 9 considera a “las prácticas monopólicas absolutas, los contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, cuyo objeto o efecto sea cualquiera de los siguientes:

- I.- Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios al que son ofrecidos o demandados en los mercados, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- II.- Establecer la obligación de no producir, procesar, distribuir o comercializar sino solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación de un número, volumen o frecuencia restringidos o limitados de servicios.”

La fracción tercera de este artículo también considera como práctica monopólica, la distribución de bienes para un mercado exclusivo determinado por su clientela.

"Artículo 10. Se consideran prácticas monopólicas relativas, los actos, contratos, convenios o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado, impedirles substancialmente su acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, en los siguientes casos:

I.- Entre agentes económicos que no sean competidores entre sí, la fijación, imposición o establecimiento de la distribución exclusiva de bienes o servicios, por razón de sujeto, situación geográfica o por periodos de tiempo determinados, incluidas la división, distribución o asignación de clientes o proveedores; así como la imposición de la obligación de no fabricar o distribuir bienes o prestar servicios por un tiempo determinado o determinable."

Otro tipo de prácticas monopólicas se da cuando un agente económico distinto del giro del negocio, le impide a un franquiciatario formar parte de la actividad económica imponiéndole la distribución de bienes a un mercado exclusivo para ciertos clientes, esto se hace con el fin de desplazarlo del mercado.

CAPITULO 4
CONTRATO DE FRANQUICIA

CAPITULO 4

CONTRATO DE FRANQUICIA

4.1 DEFINICION DEL CONTRATO DE FRANQUICIA Y ELEMENTOS DEL CONTRATO

Contrato de franquicia

Es un convenio legal por medio del cual el franquiciante le otorga al franquiciatario la licencia de uso de una marca, la transmisión de conocimientos y tecnología, así como otros aspectos del negocio, a cambio del pago de una cuota inicial para la operación del establecimiento franquiciado y de proporcionarle un porcentaje sobre las ventas realizadas durante la vigencia del contrato, en el se estipulan los derechos y obligaciones del franquiciante y del franquiciatario.

El contrato de franquicia se clasifica en:

- a) Mercantil.- Porque se celebra entre comerciantes, los cuales van a contribuir en la preparación, elaboración y venta de los productos, así como en el desarrollo del negocio franquiciado.
- b) Bilateral.- Porque en el contrato de franquicia se establecen obligaciones tanto para el franquiciante como para el franquiciatario, las cuales tendrán que cumplirse durante el plazo convenido. (Código Civil, artículo 1836).

c) Oneroso.- Porque en el contrato también existen beneficios y gravámenes recíprocos. (Código Civil, artículo 1837).

d) De colaboración.- Porque el franquiciante apoya al franquiciatario proporcionándole asesoría constante en la administración, operación y organización del negocio.

e) Formal.- Porque el franquiciante deberá inscribir la licencia de uso de marca en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial para poder concederla al franquiciatario y ésta pueda tener efectos legales en perjuicio de terceros (Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, artículo 136).

f) Según Javier Arce Gargollo, autor del libro El Contrato de Franquicia, este tipo de contrato generalmente es de adhesión, de acuerdo a la definición que da Ramón Sánchez Medel, en su libro De los Contratos Civiles, en donde dice que "una de las partes (franquiciante) elabora unilateralmente el contrato y a la otra sólo se le deja la posibilidad de aceptarlo, si quiere celebrar el contrato o no celebrar éste."¹²

g) "Atípico.- Porque no está regulado en la legislación mexicana en cuanto a la relación de Derecho Privado entre las partes contratantes. La regulación de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial es de carácter administrativo."¹³

En un contrato de franquicia deberán existir los siguientes elementos:

12 Arce Gargollo, Javier, El Contrato de Franquicia, p.38

13 Idem., p.38

1. Elementos Personales

En el contrato de franquicia estos elementos están representados por el franquiciante y el franquiciatario. Cuando alguna de las partes sea una sociedad mercantil, la misma será representada por conducto de su representante legal, es decir una persona legalmente autorizada para celebrar el contrato.

En una sociedad anónima el contrato puede celebrarse por el consejo de administración, el administrador único, el gerente general y los apoderados generales para actos de administración.

2. Elementos Reales

- Marca
 - Patentes
 - Tecnología o Know how
 - Nombre comercial
 - Asistencia técnica
 - Contraprestación
 - Exclusividad
- MARCA.- En un contrato de franquicia se deben mencionar las marcas de productos y servicios que el franquiciante autorizará para su uso al franquiciatario, especificando el número de registro de la marca, el signo distintivo de la misma y la clase que les corresponda según los productos o servicios de que se trate. En su libro El Contrato de Franquicia, Javier Arce

Gargollo cita al autor Robert Goldsheir, el cual dice que pueden incluirse en un anexo del contrato, los siguientes elementos: identificación genérica, número de registro y dibujos de las marcas con sus especiales diseños.

Para que el franquiciatario tenga conocimiento de los signos distintivos que pueden considerarse como marca, citamos el siguiente artículo de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial.

“Artículo 89. Pueden constituir una marca los siguientes signos:

I. Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;

II. Las formas tridimensionales;

III. Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales.”

“IV. El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.”

- PATENTES.- Para dar el significado de éste término, primeramente consultamos la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, la cual nos define lo que se considera como invención:

“Artículo 15. Se considera invención toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas.”

“Artículo 16. Serán patentables las invenciones que sean nuevas, resultado de una actividad inventiva y susceptibles de aplicación industrial, en los términos de esta ley; excepto:

- I. Los procesos esencialmente biológicos para la producción, reproducción y propagación de plantas y animales;
- II. El material biológico y genético tal como se encuentran en la naturaleza;
- III. Las razas animales;
- IV. El cuerpo humano y las partes vivas que lo componen, y
- V. Las variedades vegetales.”

De acuerdo al artículo anterior se considera patente de invención el “certificado por el cual un gobierno da a un autor el derecho exclusivo de explotar industrialmente su invento.”¹⁴

Si en el contrato se incluye la autorización para explotación de patentes se agregará un anexo en el que se identifique el número de registro, fecha de expiración y los inventos, procesos o productos que ampara.

- TECNOLOGIA O KNOW-HOW.- La tecnología es un elemento esencial del contrato, la cual para ser transferida adecuadamente por el franquiciante, debió haber sido probada y desarrollada durante cierto tiempo.

14 García-Pelayo y Gross Ramón,
Mini-diccionario Larousse, tomo 17, p. 1087.

El know how son conocimientos técnicos no patentados algunos de los cuales son de carácter confidencial y se transmiten al franquiciatario en diversas formas, como son: en programas de entrenamiento, manuales operativos y asistencia técnica entre otros.

El objetivo de que el franquiciante le transmita conocimientos técnicos al franquiciatario, es con el propósito de que elabore y venda sus productos de manera uniforme, con los mismos procedimientos y métodos que establezca el franquiciante.

- NOMBRE COMERCIAL.- "Es el nombre de un establecimiento o de una negociación mercantil."¹⁵ Esta es una definición del autor Roberto Mantilla Molina citada por Javier Arce Gargollo. El nombre comercial de una empresa esta protegido sin necesidad de registro según lo establece el artículo 105 de la Ley de Fomento y Protección. de la Propiedad Industrial.

Otra manera de dar a conocer a una empresa, es a través de un aviso comercial el cual se define en el artículo 100 de la ley citada. "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 los de su especie."

- ASISTENCIA TECNICA.- Es aquella que proporciona el franquiciante a través de personal altamente calificado como son: técnicos, expertos o

15 Arce Gargollo, Javier, op. cit., p.41

consultores. La asistencia técnica puede comprender algunos conocimientos del know how para la administración y organización del negocio franquiciado.

- CONTRAPRESTACION.- Son aquellos pagos que debe hacer el franquiciatario a cambio de la licencia y derechos para llevar a cabo sus operaciones bajo una misma marca y de recibir conocimientos y asistencia técnica. Este pago puede hacerse de dos formas, como una cuota inicial estipulada por el franquiciante antes de celebrar el contrato y como pagos periódicos (regalías), que se fijan en base a un porcentaje determinado sobre las ventas netas.

El porcentaje de estos pagos periódicos se fija para dos conceptos : regalías de operación y regalías de publicidad.

- EXCLUSIVIDAD.- Este elemento se determina por el territorio o área geográfica en donde el franquiciatario desarrollará su negocio; en relación a lo anterior, existen diversos contratos de franquicia ya sea la unitaria, maestra y de desarrollo.

. Contrato de franquicia unitaria.- Es aquel en donde se delimita un territorio específico para la localización del establecimiento.

. Contrato de franquicia maestra.- Es aquel donde el franquiciatario tiene el derecho de explotar la franquicia por medio de varios establecimientos, por sí mismo o a través de subfranquiciatarios, en una área geográfica determinada.

. Contrato de franquicia de desarrollo. Es aquel donde el franquiciatario tiene el derecho de desarrollar la franquicia por medio de un número limitado o ilimitado de establecimientos que puede abrir en un territorio asignado por el franquiciante.

3.- Elementos Formales

Significa que el contrato se debe llevar a cabo por escrito, en donde se estipulen las cláusulas necesarias para la organización y operación del negocio franquiciado y que éste sea un documento que pueda producir efectos legales.

Algunas de las declaraciones y cláusulas que consideramos deben llevar la mayoría de los contratos son las siguientes:

- Declaraciones del franquiciante

Que es una sociedad legalmente constituida, dispuesta a otorgar el uso de su marca, así como la información integral del sistema de franquicia.

- Declaraciones del franquiciatario

Que es una sociedad legalmente constituida conforme a las leyes mexicanas y que desea establecer un nuevo negocio con el objeto de comercializar los mismos productos manteniendo el nivel de calidad de los mismos.

Cláusulas a las cuales están sujetos el franquiciante y franquiciatario:

- Para mayor claridad el franquiciante deberá explicar el sistema en un anexo del contrato, así como la marca, logotipo y cualquier otro signo distinto que sea parte del sistema.

El franquiciatario aceptará cualquier modificación que se haga tanto al sistema como a la marca.

- El franquiciatario se obliga a pagar la cuota inicial y el porcentaje de regalías de operación y publicidad en el plazo que señale el franquiciante.

- El franquiciatario hará un pedido por escrito de los productos que requiere para la operación del negocio. El franquiciante está obligado a surtir el pedido en el plazo convenido.

- En cuanto a la localización del negocio, el franquiciatario se obliga a proponer los posibles lugares en donde pretende establecerse, entre los cuales el franquiciante seleccionará el más adecuado, posteriormente el franquiciatario deberá presentar los planos de construcción del local y los proyectos de decoración del mismo.

Cláusulas referentes al negocio:

- El franquiciatario se compromete a no hacer modificaciones al local a menos que cuente con autorización del franquiciante.

- El franquiciante se obliga a asesorar al franquiciatario en la operación y administración del negocio y él solamente podrá efectuar las modificaciones pertinentes en cuanto a la fijación de objetivos, políticas y a la toma de

decisiones en las siguientes áreas: mercadotecnia, administración, finanzas, etc.

- El franquiciatario se obliga a mantener en existencia los productos necesarios para satisfacer la demanda de los consumidores, así como notificarle al franquiciante cualquier queja de los mismos respecto de la calidad de los productos, además debe participar en las promociones y ofertas, no ofreciendo ningún descuento sin la autorización previa del franquiciante.

- El franquiciatario deberá permitirle al franquiciante acceso a su contabilidad, para que pueda determinar las regalías que le corresponden.

- El franquiciatario deberá obtener todas las licencias y permisos necesarios para la operación del negocio.

- Cuando el franquiciatario no cumpla con alguna de las obligaciones a las que está sujeto en el contrato, el franquiciante puede aplicar penalizaciones como la rescisión del contrato o el pago del daño o perjuicio causado.

- El franquiciatario por ningún motivo podrá ostentarse como propietario de las licencias que le haya otorgado el franquiciante y deberá abstenerse de utilizarlas para otro fin que no sea en la explotación del negocio.

- El franquiciatario debe seguir todas las instrucciones que le indique el franquiciante en los procesos de producción y formas de distribución o comercialización de productos que constituyan un secreto industrial. Por consiguiente, será el único responsable de cualquier transmisión no

autorizada de éstos conocimientos, lo cual puede causar la rescisión inmediata del contrato.

- El franquiciatario será responsable de cualquier conflicto o demanda que surja de las relaciones laborales con sus empleados.

4.2 OBLIGACIONES DEL FRANQUICIANTE Y FRANQUICIATARIO

OBLIGACIONES DEL FRANQUICIANTE

1.- Orígenes y antecedentes de la franquicia.

Básicamente se refiere a la historia y descripción de la empresa franquiciante, cuando y quien fundó la compañía, así como algunos datos sobre su mercado.

2.- Listado de los ejecutivos de la empresa y de los inversionistas con los que tendrá contacto el franquiciatario.

El franquiciante deberá proporcionar una lista con los nombres, puesto y experiencia profesional del personal administrativo de su organización, tomando en cuenta a los directores, socios, consultores, asesores externos y principales encargados de las operaciones financieras del negocio.

3.- Listado de las unidades que tenga en operación el franquiciante.

El listado deberá incluir tanto las unidades propias del franquiciante, como aquéllas que estén en operación por los franquiciatarios, así como los nombres y teléfonos de estos últimos.

4.- Informar al franquiciatario sobre el estado que guarda su empresa.

El franquiciante deberá hacer una descripción de su situación financiera por lo menos de los últimos dos ejercicios.

5.- Otorgamiento de la licencia de uso de marca.

Es una de las obligaciones esenciales del contrato en donde el franquiciante impone al franquiciatario el uso de la marca y nombre comercial, con el objeto de que el negocio franquiciado sea similar al de la empresa franquiciante.

También debe proporcionar la información relativa al registro de la marca en México, la forma y lugar en que debe utilizarse.

6.- Autorizar el uso de un aviso comercial.

Si el franquiciante tiene avisos comerciales para alguno de sus productos, deberá especificar la forma y el lugar en que deben utilizarse.

7.- Concesión de patentes.

El franquiciante deberá especificar las patentes registradas de sus productos y procesos industriales a que se refiere el contrato de franquicia y proveerá de tecnología adecuada para la explotación de las patentes.

8.- Asesoría en la localización del establecimiento.

El franquiciante proporcionará información acerca del lugar geográfico más adecuado para la instalación del negocio.

La decisión del lugar conveniente se dará en base a la aprobación de los planos que incluyen algunos aspectos como distribución de la planta, instalaciones, mobiliario y equipo, decoración, etc.

9.- Respetar el derecho de exclusividad.

Se refiere al derecho de preferencia que tiene el franquiciatario para la ubicación y explotación de su negocio en una área geográfica determinada.

El franquiciante tendrá la obligación de asesorar al franquiciatario en caso de que éste decida ampliar la cobertura de sus operaciones en otras áreas geográficas.

10.- Apoyo en el inicio de operaciones.

Este apoyo se dará para seleccionar el establecimiento, dirigir el negocio y como reclutar y contratar al personal necesario para empezar a operar el negocio.

11.- Proveer la tecnología.

Esta obligación consiste en transmitir los conocimientos técnicos requeridos para la preparación de los productos, conforme al prestigio o imagen de la marca; esta información se debe detallar en el contrato, en manuales o anexos del mismo.

Debido a que el franquiciatario requiere de tecnología en las diversas etapas del desarrollo de su negocio, el franquiciante está obligado a transmitirle dicha tecnología en forma actualizada a través de : manuales de

operación, guías, procedimientos e información contenida en otros documentos que permita la expansión de su negocio.

12.- Proporcionar asistencia técnica y capacitar al personal a cargo del franquiciatario.

El franquiciante deberá prestar toda clase de asesoría al franquiciatario para la aplicación de la tecnología, así mismo podrá enviar técnicos, supervisores y personal calificado para capacitar a los empleados del franquiciatario, a fin de que aprendan a utilizar los sistemas de producción, administración y comercialización del negocio.

13.- Inspección.

Significa un derecho para el franquiciante de supervisar en cualquier momento las operaciones y actividades del franquiciatario y solicitar información adicional sobre algunos aspectos como publicidad, sistemas de ventas, información financiera, contable, laboral y fiscal del franquiciatario.

La supervisión la puede hacer el propio franquiciante o delegar su cumplimiento en técnicos o especialistas de determinada área, por ejemplo, en el área de contabilidad, puede enviar a una firma autorizada para que practique auditoría en el establecimiento.

14.- Determinar estándares de calidad.

A fin de que el franquiciante verifique la calidad y uniformidad de los productos que elabora el franquiciatario, podrá pedir o tomar muestras para

hacer los análisis correspondientes, y determinar el estándar de calidad que deben alcanzar los productos.

Durante la vigencia del contrato el estándar de calidad de los productos podrá variar, lo cual debe ser notificado al franquiciatario oportunamente.

15.- Publicidad.

Debe de formar un fondo para la realización de publicidad que beneficie a todos los franquiciatarios con recursos de los mismos y llevarla a cabo.

16.- No impedir la cesión de derechos.

Cuando el franquiciatario desee transmitir sus derechos a un tercero, el franquiciante no podrá prohibirle tal derecho, si la persona elegida cumple con los requisitos que se convengan en el contrato.

17.- No impedir la cesión de derechos, por la muerte del franquiciatario.

Si en el contrato se estableció que en caso de muerte del franquiciatario, existe algún beneficiario de los derechos de la franquicia, el franquiciante no deberá oponerse.

OBLIGACIONES DEL FRANQUICIATARIO

1.- Realizar el pago de la contraprestación.

El franquiciatario debe pagar la contraprestación convenida en el contrato, la cual se da en dos ocasiones.

- a) Cuota inicial (Costo de la franquicia), esta cuota se da al momento de firmar el contrato para obtener la franquicia y ser franquiciatario.
- b) Cubrir periódicamente el pago de regalías acordadas.

Este pago se realiza para que el franquiciante proporcione asistencia continua y tecnología, así como por el uso de las marcas, nombres y avisos comerciales, patentes y la metodología de operación del franquiciante.

- 2.- Usar las marcas, nombres comerciales y explotar las patentes.

El franquiciatario que tenga concedida la licencia de uso de marcas, nombres y avisos comerciales, tiene la obligación de utilizarlos, porque de lo contrario podrían caducar. Así mismo, la no explotación de las patentes ocasiona su caducidad.

- 3.- Ubicar el establecimiento con la autorización del franquiciante.

Debe de poner a consideración del franquiciante, el lugar donde establecerá su negocio, para que éste lo apruebe y de las especificaciones para la construcción e instalación del establecimiento.

- 4.- Iniciar los trámites para la instalación del local.

Solicitar todos los permisos y autorizaciones necesarias para la construcción del local e inicio de operaciones.

- 5.- Utilizar las instalaciones y equipo autorizado por el franquiciante.

- 6.- Nombrar a un representante para dirigir las operaciones del negocio.

En caso de que el franquiciatario sea una persona moral, deberá nombrar a un gerente o director general que lleve a cabo la administración y

organización del negocio, por otra parte, si el franquiciatario es una persona física, tendrá también la opción de nombrar a un representante.

7.- Seguir las instrucciones que de el franquiciante para la organización del negocio.

Debido a que los productos o servicios que se encuentran amparados por una marca, tienen que cumplir con un estándar de calidad, prestigio e imagen; el franquiciatario deberá llevar a cabo las siguientes especificaciones:

- Acondicionar periódicamente el local y mantenerlo en condiciones de higiene.
 - El franquiciatario, así como su personal, deberán cumplir con los programas de entrenamiento y capacitación para mantenerse actualizados en lo referente a la operación del negocio.
 - Seguir los lineamientos del manual de operación, con el objeto de mantener la calidad y el prestigio de los productos.
 - Adquirir las materias primas con los proveedores designados por el franquiciante.
 - Mantener los mismos precios y condiciones de venta para cada uno de los productos señalados por el franquiciante.
- 8.- No divulgar información confidencial.

El franquiciatario no debe transmitir a terceros, aquella información que envuelva el proceso de producción, comercialización y venta, así como la fórmula del producto.

9.- Vender exclusivamente los productos de la franquicia.

Consiste en fabricar los productos y ofrecer los servicios que son materia del contrato. Esto significa que el franquiciatario no podrá vender otros productos que no formen parte de la franquicia.

10.- Informar periódicamente al franquiciante.

El franquiciatario debe rendir cuentas al franquiciante sobre los aspectos financieros del negocio, en la forma y tiempo fijados por el contrato de franquicia.

Esta información se refiere a los resultados de la negociación contenidos en los estados financieros y algunos otros informes como el de ventas por cada producto, costos, utilidades, etc.; los cuales deben enviarse en formatos que establece el franquiciante y deberán ser auditados por una firma determinada por el mismo.

En los estados financieros se debe incluir un análisis que contemple las principales razones financieras de la empresa, los resultados que se obtengan deberán estar dentro del margen de operación estipulado por el franquiciante.

La finalidad de enviarle esta información al franquiciante es para que determine el monto de las regalías sobre las ventas netas, para comprobar

que los productos cumplan con los requisitos de calidad y para conocer si el franquiciatario requiere de mayor asistencia técnica o si está cumpliendo con las normas fijadas.

11.- Aportar cuotas para la publicidad y propaganda.

Cubrir periódicamente al franquiciante el pago de regalías para el fondo de publicidad, con el cual se llevarán a cabo campañas en medios masivos como son la radio, televisión y prensa. Por otra parte el franquiciatario puede estar obligado a realizar ciertos gastos de publicidad para su propio establecimiento.

12.- Aceptar la inspección del franquiciante.

En caso de que el franquiciante realice visitas al establecimiento del franquiciatario, éste debe colaborar en la supervisión y auditorías que realicen para verificar que cumple con todas las normas y obligaciones del contrato.

13.- Terminación del contrato.

Al vencimiento del contrato deberá dejar de operar su establecimiento; de usar las marcas, nombres y avisos comerciales, la explotación de la invención patentada, la tecnología proporcionada por el franquiciante y dejar de vender sus productos bajo el nombre de la franquicia, para evitar que el público consumidor crea que sigue existiendo la franquicia.

4.3 RESCISION Y TERMINACION DEL CONTRATO

RESCISION DEL CONTRATO

Entre las causas que pudieran dar lugar a la rescisión del contrato, encontramos las las siguientes:

- a) Por voluntad de alguna o de ambas partes.
- b) Por incumplimiento de alguna de las partes.

A continuación explicamos cada una de estas causas de rescisión.

- a) Por voluntad de alguna o de ambas partes

La rescisión puede implicar una decisión unilateral de voluntad del franquiciante o del franquiciatario o en su defecto, un acuerdo de voluntades de ambas partes, en el cual pueden dejar sin efecto el contrato según, lo establece el artículo 1792 del Código Civil, en donde nos dice que a través de un acuerdo, dos o más personas pueden extinguir las obligaciones de un contrato.

- b) Por incumplimiento de alguna de las partes.

El franquiciante o franquiciatario podrán dar anticipadamente por rescindido el contrato, cuando encuentren irregularidades que contravengan lo pactado en el mismo.

Algunas de las irregularidades pueden ser:

- Que se ponga en peligro el prestigio o imagen de la marca
- Que se deje de pagar la contraprestación periódica (regalías de operación)

- El divulgar información confidencial (know-how)
- Ubicar el negocio en una área geográfica que ha sido asignada a otro franquiciatario para la explotación de su negocio.
- Ceder los derechos y obligaciones que derivan del contrato de franquicia a un tercero, el cual no tiene relación jurídica con el franquiciante; excepto cuando se haya establecido en el contrato, en caso de muerte del franquiciatario.
- El abrir nuevos establecimientos sin autorización del franquiciante.

Por lo que respecta al incumplimiento de las obligaciones del franquiciatario, el franquiciante le podrá exigir el cumplimiento de la obligación, de conformidad al artículo 2027 del Código Civil, o estará sujeto al pago de daños y perjuicios, según lo establece el artículo 2028 del mismo código.

El franquiciante podrá dar una oportunidad al franquiciatario por medio de un escrito, para que éste deje de incumplir las obligaciones del contrato, en el cual, se le hará saber que se le concede un tiempo determinado para que cumpla con lo convenido o de lo contrario se dará por terminado el contrato.

TERMINACION DEL CONTRATO

Entre las causas de terminación del contrato podemos tener las siguientes:

- a) Por voluntad de las partes.

- b) Preaviso de alguna de las partes.
- c) La quiebra de uno de los contratantes.
- d) La muerte o incapacidad de alguno de los contratantes.

A continuación explicamos cada una de estas causas de terminación.

- a) Por voluntad de ambas partes.

La terminación implica una decisión bilateral del franquiciante y del franquiciatario, los cuales establecen el tiempo de duración del contrato, de conformidad con el artículo 1792 del Código Civil.

“No todos los contratos de franquicia tienen que prever un período de vigencia similar. A pesar de ello, la mayor parte de los contratos de este tipo en México prevén una duración de 10 años.”¹⁶ A la llegada de este plazo o de cualquier otro establecido, se dará por terminado el contrato, excepto que las partes decidan convenir en alguna cláusula, que el contrato siga teniendo vigencia por un período igual o diferente al inicial, según decidan las partes.

- b) Preaviso de alguna de las partes.

Cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato, por medio de un escrito enviado a los contratantes, con anticipación de seis meses, si así fue estipulado en el contrato. Este aviso tendrá validez si han transcurrido de cinco a diez años de vigencia del mismo.

¹⁶ González Calvillo, Enrique, op. cit., p.77 y 78

c) La quiebra de uno de los contratantes.

Esta es solo una de las causas ya que pueden existir otros motivos para dar por terminado el contrato.

Algunos de estos son:

- Huelga por tiempo prolongado.
- Embargo del negocio o de algunos activos de la empresa.
- Expropiación del área geográfica donde este ubicado el franquiciante o el franquiciatario.

d) Por la muerte del franquiciatario.

Cuando el franquiciatario sea una persona física, se podrá establecer en alguna cláusula del contrato, que en caso de muerte, se convenga lo siguiente:

- Que el contrato de franquicia continúe vigente con los herederos.
- Que el contrato se termine en un plazo determinado, en donde el franquiciante tenga derecho a adquirir nuevamente la franquicia y por tal motivo, dará una compensación a los herederos, por no cubrir los requisitos de un franquiciatario.
- Que los herederos puedan ceder el contrato de franquicia a un tercero.

CAPITULO 5
IMPLICACIONES FISCALES

CAPITULO 5

IMPLICACIONES FISCALES

5.1 LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA

TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES

"Artículo I. Las personas físicas y las morales están obligadas al pago del impuesto sobre la renta en los siguientes casos:

I. Las residentes en México respecto de todos sus ingresos cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan."

"III. Los residentes en el extranjero, respecto de los ingresos procedentes de fuentes de riqueza situadas en territorio nacional, cuando no tengan un establecimiento permanente o base fija en el país, o cuando teniéndolos, dichos ingresos no sean atribuibles a éstos."

Para hacer el pago del impuesto sobre la renta, el franquiciatario de acuerdo a la forma en que se constituya, ya sea como persona moral o como persona física con actividad empresarial, tendrá que solicitar su inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Aquellos franquiciatarios que establezcan su domicilio fiscal en territorio nacional, se entenderá que son residentes en México y estarán obligados al pago del impuesto sobre la renta respecto de todos su ingresos que perciban.

Respecto a la fracción tercera de los residentes en el extranjero, en este caso el franquiciante, estará sujeto al pago del impuesto, por los ingresos que reciba del franquiciatario (regalías).

“Artículo 2. Para los efectos de esta Ley, se considera establecimiento permanente cualquier lugar de negocios en el que se desarrollen, parcial o totalmente, actividades empresariales. Se entenderá como establecimiento permanente, entre otros, las sucursales, agencias, oficinas, fábricas, talleres, instalaciones, minas, canteras o cualquier lugar de exploración o extracción de recursos naturales.”

Las regalías que obtiene el franquiciante provenientes de un negocio franquiciado, no se consideran ingresos de un establecimiento permanente, ya que él no tiene un negocio propio en el país, sin embargo, como se mencionó anteriormente, el franquiciante está obligado al pago del impuesto por el hecho de obtener ingresos de otras fuentes de riqueza situadas en territorio nacional.

“Artículo 5. Cuando en esta Ley se haga mención a persona moral, se entienden comprendidas, entre otras, las sociedades mercantiles, los organismos descentralizados que realicen preponderantemente actividades empresariales, las instituciones de crédito, y las sociedades y asociaciones civiles.”

Si el franquiciatario se constituyó por cualquiera de los tipos de sociedades señaladas en el artículo 1, de la Ley General de Sociedades Mercantiles, se entenderá para efectos de ésta ley que son personas morales.

TITULO II. DE LAS PERSONAS MORALES

“Artículo 10. Las personas morales deberán calcular el impuesto sobre la renta, aplicando al resultado fiscal obtenido en el ejercicio la tasa del 34 %.

El resultado fiscal del ejercicio se determinará como sigue:

1. Se obtendrá la utilidad fiscal disminuyendo de la totalidad de los ingresos acumulables obtenidos en el ejercicio, las deducciones autorizadas por este Título.

II. A la utilidad fiscal del ejercicio se le disminuirán, en su caso, las pérdidas fiscales pendientes de aplicar de otros ejercicios.

El impuesto del ejercicio se pagará mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas, dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que termine el ejercicio fiscal .”

Si el franquiciatario es una persona moral, deberá calcular su impuesto a pagar, aplicando un porcentaje del 34% sobre el resultado fiscal que obtenga en el ejercicio, el cual se determinará de la siguiente manera:

Ingresos Acumulables del Ejercicio

menos : Deducciones Autorizadas

UTILIDAD FISCAL O PERDIDA FISCAL
menos : Pérdidas de ejercicios anteriores
actualizadas pendientes de aplicar
RESULTADO FISCAL
x 34%
ISR CAUSADO
menos : Pagos Provisionales
menos : Ajuste a los pagos provisionales
menos : Retenciones sobre intereses
ISR A CARGO O A FAVOR

El impuesto a cargo del ejercicio se pagará mediante el formato S.H.C.P.- 2, Declaración del Ejercicio Personas Morales Régimen General, que deberá ser presentado dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio fiscal del contribuyente.

“Artículo 12. Los contribuyentes efectuarán pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto del ejercicio, a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago, conforme a las bases que a continuación se señalan:

I. Se calculará el coeficiente de utilidad correspondiente al último ejercicio de doce meses por el que se hubiera o debió haberse presentado declaración. Para este efecto, se adicionará la utilidad fiscal o reducirá la

pérdida fiscal del ejercicio por el que se calcule el coeficiente, según sea el caso, con el importe de la deducción a que se refiere el artículo 51 de la Ley. El resultado se dividirá entre los ingresos nominales del mismo ejercicio.”

Una vez determinada la utilidad fiscal del ejercicio anterior, se calculará el coeficiente de utilidad para realizar los pagos provisionales mensuales, los cuales deberán presentarse a más tardar el día 17 del mes siguiente al que corresponda el pago.

Para determinar el coeficiente de utilidad se tomara en cuenta lo siguiente:

Utilidad Fiscal o Pérdida Fiscal

más : Deducción Inmediata

más : Anticipos o Rendimientos Distribuidos

entre : Ingresos Nominales

COEFICIENTE DE UTILIDAD

Se adicionará a la utilidad o reducirá de la pérdida fiscal, los anticipos que distribuyan las personas morales a los miembros de sociedades cooperativas, sociedades y asociaciones civiles.

“Tratándose del segundo ejercicio fiscal, el primer pago provisional comprenderá el primero, el segundo y el tercer mes del ejercicio, y se

considerará el coeficiente de utilidad fiscal del primer ejercicio aun cuando no hubiera sido de doce meses.

Cuando en el último ejercicio de doce meses no resulte coeficiente de utilidad, conforme a lo dispuesto en esta fracción, se aplicará el correspondiente al último ejercicio de doce meses por el que se tenga dicho coeficiente, sin que ese ejercicio sea anterior en más de cinco años a aquél por el que se deban efectuar los pagos provisionales.”

En caso de que no exista coeficiente de utilidad en el ejercicio inmediato anterior por el que se realizan los pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto del ejercicio, se deberá utilizar el coeficiente correspondiente al último ejercicio de doce meses, sin que éste vaya más allá de cinco años.

“II. La utilidad fiscal para el pago provisional se determinará, multiplicando el coeficiente de utilidad que corresponda conforme a la fracción anterior, por los ingresos nominales, correspondientes al período comprendido desde el inicio del ejercicio hasta el último día del mes al que se refiere el pago.”

“A la utilidad fiscal determinada conforme a esta fracción se le restará, en su caso, la pérdida fiscal de ejercicios anteriores pendiente de aplicar contra las utilidades fiscales, sin perjuicio de disminuir dicha pérdida de la utilidad fiscal del ejercicio.”

Para calcular el monto de los pagos provisionales, se determinará una utilidad fiscal, la cual será el resultado de multiplicar el coeficiente de utilidad antes mencionado por los ingresos nominales, mismos que se irán acumulando desde el inicio del ejercicio hasta el último día del mes por el que se determina el pago.

Cabe mencionar que si existen anticipos o rendimientos distribuidos a los miembros de sociedades cooperativas de producción, sociedades y asociaciones civiles, se restarán de la utilidad fiscal que se determinó para los pagos provisionales.

También podrá disminuirse de la utilidad fiscal de los cinco ejercicios posteriores, la pérdida fiscal ocurrida en un ejercicio, de lo contrario, perderá el derecho a disminuirla hasta por la cantidad que pudo aplicar en cada ejercicio, ésta pérdida se actualizará de acuerdo al artículo 55 de esta ley, conforme a lo siguiente:

PRIMERA ACTUALIZACION

Pérdida Fiscal

X Factor de Actualización

INPC del último mes del ejercicio

en que ocurrió la pérdida

entre : INPC del primer mes de

la segunda mitad del ejercicio

PERDIDA FISCAL ACTUALIZADA

SEGUNDA ACTUALIZACION
Y POSTERIORES

Pérdida Fiscal Actualizada
X Factor de Actualización
INPC del último mes del ejercicio
inmediato anterior
entre : INPC del mes del cierre
del ejercicio en que se actualizó
por última vez
PERDIDA FISCAL ACTUALIZADA
PENDIENTE DE DISMINUIRSE
DE LA UTILIDAD FISCAL

Si en el período antes mencionado de cinco ejercicios, no se hubiera disminuido totalmente la pérdida de un ejercicio, podrá el contribuyente disminuir el remanente de dicha pérdida en los cinco ejercicios posteriores hasta agotarla, siempre y cuando en el ejercicio que se determinó la pérdida fiscal, también se hubiera determinado pérdida contable, la cual será igual a:

Pérdida Contable
Más : Dedución Inmediata de
activos fijos del ejercicio

**Menos : Depreciación de activos fijos
del ejercicio**

PERDIDA CONTABLE

El remanente que se disminuirá no podrá ser mayor al monto de esta pérdida contable.

“III. Los pagos provisionales serán las cantidades que resulten de aplicar la tasa establecida en el artículo 10 de esta Ley sobre la utilidad fiscal que se determine en los términos de la fracción que antecede, pudiendo acreditarse contra el impuesto a pagar los pagos provisionales del mismo ejercicio efectuados con anterioridad. También podrá acreditarse contra dichos pagos provisionales la retención que le hubiera efectuado al contribuyente en el período.”

Los pagos provisionales se obtendrán aplicando el siguiente procedimiento:

Ingresos Nominales Acumulados

desde el inicio del ejercicio

hasta el último día en

que se determina el pago.

x Coeficiente de Utilidad

UTILIDAD FISCAL.

menos : Anticipos o Rendimientos distribuidos

**menos : Pérdida Fiscal de ejercicios
anteriores actualizada.**

**UTILIDAD FISCAL PARA
PAGOS PROVISIONALES**

x 34%

ISR CAUSADO PARA PAGOS PROVISIONALES

**menos : Pagos Provisionales anteriores
del mismo ejercicio**

menos : Retenciones sobre intereses (Art. 126)

ISR A CARGO O A FAVOR

“Los contribuyentes cuyos ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hayan excedido de cuatro millones de nuevos pesos, efectuarán pagos provisionales en forma trimestral, a más tardar el día 17 de los meses de abril, julio, octubre y enero del año siguiente.”

“Los contribuyentes deberán presentar las declaraciones de pagos provisionales siempre que haya impuesto a pagar, saldo a favor y cuando se trate de la primera declaración en la que no tenga impuesto a cargo. No deberán presentar declaraciones de pagos provisionales en el ejercicio de iniciación de operaciones, cuando hubieran presentado el aviso de suspensión de actividades que previene el Reglamento del Código Fiscal de

la Federación, así como en los casos en que no haya impuesto a cargo, y no se trate de la primera declaración con esta característica, ni saldo a favor.”

El franquiciatario no estará obligado a presentar pagos provisionales en el ejercicio de inicio de operaciones, cuando no haya impuesto a cargo y no tenga saldo a favor, así como cuando haya presentado el aviso de suspensión de actividades.

De otra manera, deberá presentar declaraciones provisionales siempre y cuando se trate de la primera declaración en la que no tenga impuesto a cargo, cuando haya impuesto a pagar y cuando tenga saldo a favor.

“III. En el primer mes de la segunda mitad del ejercicio, se ajustará el impuesto correspondiente a los pagos provisionales, conforme a lo siguiente:

a) De la totalidad de los ingresos obtenidos desde el inicio del ejercicio hasta el último día de la primera mitad del mismo, se restará el monto de las deducciones autorizadas en este título, correspondiente a dicho período; así como en su caso, la pérdida fiscal de ejercicios anteriores, pendiente de aplicar contra las utilidades fiscales.”

b) El ajuste en el impuesto se determinará aplicando la tasa establecida en el artículo 10 de esta Ley, sobre el resultado que se obtenga conforme al inciso anterior. Al monto del ajuste en el impuesto se le restarán los pagos provisionales efectivamente enterados en los términos del artículo 12 de esta Ley, correspondientes a los meses comprendidos en el período de ajuste.”

En el mes de julio se hará un ajuste a los pagos provisionales para determinar si hasta el momento se tiene una diferencia a cargo a cuenta del impuesto anual o si hay un saldo a favor, el cual se acreditará contra el impuesto que resulte en los siguientes pagos provisionales del mismo ejercicio.

Según lo mencionado en este artículo, el ajuste se determinara de la siguiente manera:

Ingresos hasta el mes de junio
menos : Deducciones autorizadas según artículo 22
menos : Pérdida Fiscal de Ejercicios anteriores
pendiente de deducir
BASE
x 34%
MONTO DEL AJUSTE EN EL IMPUESTO
menos : Pagos Provisionales enterados
hasta el mes de junio
DIFERENCIA A CARGO O A FAVOR

Además de las deducciones del artículo 22, también se deducirán las reservas para gratificaciones a los trabajadores, las aportaciones para fondos destinados a investigación y desarrollo de tecnología y los relacionados a programas de capacitación, así como las reservas para fondos de pensiones

o jubilaciones y de primas de antigüedad adicionales a las que establece el seguro social; éstas se aplicarán en la parte proporcional que representen los meses que comprende el ajuste respecto del total de meses del ejercicio.

“Artículo 15. Las personas morales residentes en el país acumularán la totalidad de los ingresos en efectivo, en bienes, en servicio, en crédito o de cualquier otro tipo, que obtengan en el ejercicio.”

Los franquiciatarios considerarán como ingreso acumulable, aquellos que obtengan por la venta de sus productos y el servicio que ofrezcan a sus clientes, así como cualquier otro que reciban en el desarrollo de sus actividades propias del negocio.

“Artículo 16. Para los efectos del artículo 15 de esta Ley se considera que los ingresos se obtienen, en aquellos casos no previstos en otros artículos de la misma Ley, en las fechas que se señalan conforme a lo siguiente:

I. Tratándose de enajenación de bienes o prestación de servicios, cuando se dé cualquiera de los siguientes supuestos, el que ocurra primero:

- a) Se expida el comprobante que ampare el precio o la contraprestación pactada.
- b) Se envíe o entregue materialmente el bien o cuando se preste el servicio.
- c) Se cobre o sea exigible total o parcialmente el precio o la contraprestación pactada, aun cuando provenga de anticipos.

En los establecimientos de comida rápida los franquiciatarios consideraran que obtienen sus ingresos, a partir del momento en que se

expida el comprobante de venta de los productos, ya que éste supuesto es el primero que se da.

“Artículo 17. Para los efectos de este Título se consideran ingresos acumulables, además de los señalados en otros artículos de esta Ley, los siguientes:

V. La ganancia derivada de la enajenación de activos fijos y terrenos, títulos valor, acciones, partes sociales o certificados de aportación patrimonial emitidos por sociedades nacionales de crédito.

VII. La cantidad que se recupere por seguros, fianzas o responsabilidades a cargo de terceros, tratándose de pérdidas de bienes del contribuyente.”

Consideramos que los franquiciatarios pueden tener como otros ingresos, la ganancia por la venta de activo fijo con autorización del franquiciante, por la enajenación del terreno donde este ubicado el establecimiento o por transferir la propiedad de sus acciones u otros títulos valor.

Por otro lado si el contribuyente pierde algunos de sus bienes por robo o caso fortuito, y recupera parte de los mismos por medio de algún seguro o fianza, considerará como ingreso acumulable la cantidad que reciba.

“Artículo 42. Para los efectos de esta Ley se consideran inversiones los activos fijos, los gastos y cargos diferidos y las erogaciones realizadas en períodos preoperativos.”

"Gastos diferidos son los activos intangibles representados por bienes o derechos que permitan reducir costos de operación o mejorar la calidad o aceptación de un producto, por un período limitado, inferior a la duración de la actividad de la persona moral."

"Erogaciones realizadas en períodos preoperativos, son aquéllas que tienen por objeto la investigación y desarrollo relacionados con el diseño, elaboración, mejoramiento, empaque o distribución de un producto, así como con la prestación de un servicio; siempre que las erogaciones se efectúen antes de que el contribuyente enajene sus productos o preste sus servicios, en forma constante."

Si el franquiciatario incurre en gastos antes de que inicie sus operaciones en condiciones normales, como puede ser la investigación de mercado, publicidad, y algunos otros que se relacionen con el diseño y fabricación de los productos, estos se considerarán inversiones.

Existen otros gastos intangibles que son inversiones; éstos surgen teniendo las instalaciones en óptimas condiciones, capacitando a los empleados para que sean mas eficientes en la operación del negocio, proporcionando de esta manera un mejor servicio al cliente y manteniendo así la calidad y prestigio de los productos.

DEDUCCION DE INVERSIONES

"Artículo 41. Las inversiones únicamente se podrán deducir mediante la aplicación en cada ejercicio, de los porcentos máximos autorizados por esta

Ley al monto original de la inversión, con las limitaciones en deducciones, que en su caso, establezca esta Ley."

"El monto original de la inversión comprende además del precio del bien, los impuestos efectivamente pagados con motivo de la adquisición o importación del mismo a excepción del impuesto al valor agregado, así como las erogaciones por concepto de derechos, fletes, transportes, acarreos, seguros contra riesgos en la transportación, manejo, comisiones sobre compras y honorarios a agentes aduanales."

El franquiciatario tendrá derecho a deducir de sus ingresos, la cantidad que se obtenga en cada ejercicio al aplicar a las inversiones anteriormente señaladas, el porcentaje de los artículos 43, 44 y 45 de esta ley, según corresponda a la inversión que tenga en su negocio.

También el artículo 41 señala "cuando el contribuyente enajene los bienes o cuando éstos dejen de ser útiles para obtener los ingresos, deducirá en el ejercicio en que esto ocurra, la parte aún no deducida. En el caso en que los bienes dejen de ser útiles para obtener los ingresos, el contribuyente deberá presentar aviso ante las autoridades fiscales y mantener sin deducción un peso en sus registros."

Para que el franquiciatario determine la ganancia que obtendrá por la venta de alguno de sus bienes, disminuirá del costo de adquisición, la parte pendiente de deducir, el resultado que se obtenga se restará del precio de venta y así se obtendrá una ganancia o pérdida por la venta del activo fijo.

Este ingreso se considerara acumulable, como lo mencionamos anteriormente en el artículo 17, fracción V.

"Artículo 43. Los porcentajes máximos autorizados tratándose de gastos y cargos diferidos, así como para las erogaciones realizadas en períodos preoperativos son los siguientes: "

"II. 10% para erogaciones realizadas en períodos preoperativos.

III. 15% para regalías por patentes de invención o de mejoras, marcas, nombres comerciales, por dibujos o modelos, planos, fórmulas o procedimientos, por informaciones relativas a experiencias industriales, comerciales y científicas y en general por asistencia técnica o transferencia de tecnología, así como para otros gastos diferidos.

En caso de que el beneficio de las inversiones a que se refieren las fracciones II y III de este artículo se concrete en el mismo ejercicio en el que se realizó la erogación, la deducción podrá efectuarse en su totalidad en dicho ejercicio."

El franquiciatario deberá estimar cual será el monto de sus gastos en el ejercicio por concepto de regalías para el uso de patentes, marcas y asistencia técnica, dicho monto lo considerará como un gasto diferido, el cual podrá amortizarlo aplicando un porcentaje del 15% en cada ejercicio.

Así mismo, en lugar de aplicar los porcentajes de los artículos 43, 44 y 45 para la deducción de inversiones, el contribuyente podrá optar por emplear la deducción inmediata del artículo 51, aplicando un porcentaje

mayor a los señalados para los bienes nuevos que adquiriera en el ejercicio, deduciéndolos en el mismo, en el que comience su utilización o en el siguiente ejercicio al de su utilización. Entre algunos de los bienes que consideramos que el franquiciatario podrá utilizar en la realización de sus actividades, y a los cuales les aplicará la deducción inmediata son: para el equipo de cómputo electrónico (90%) y para la maquinaria destinada a restaurantes (87%); estos porcentajes se aplicarán al monto original de la inversión y la diferencia que resulte no será deducible.

La deducción inmediata solo la efectuarán aquellos franquiciatarios que tengan ubicado su establecimiento en territorio nacional y fuera de las áreas metropolitanas y de influencia del Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, las cuales señalará la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y se publicarán en el Diario Oficial de la Federación.

Sin embargo, la deducción inmediata podrán aplicarla dentro de estas áreas según el artículo antes mencionado, siempre y cuando cumplan con los siguientes requisitos:

1. "Cuando se trate de contribuyentes cuyos ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hayan excedido de cuatro millones de nuevos pesos."
2. "Que el valor de sus activos en el ejercicio determinado en los términos de la Ley del Impuesto al Activo no exceda de 7.9 millones de nuevos pesos."

3. "Y que el número de trabajadores que les hayan prestado servicios en cada uno de los meses del ejercicio no sea superior a 170."

CAPITULO V. DE LAS OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS MORALES

"Artículo 58. Los contribuyentes que obtengan ingresos de los señalados en este Título, además de las obligaciones establecidas en otros artículos de esta Ley, tendrán las siguientes: "

"III. Expedir las constancias en las que se asienten el monto de los pagos efectuados que constituyan ingresos de fuente de riqueza ubicada en México de acuerdo con lo previsto por el Título V de esta Ley y, en su caso, el impuesto retenido al residente en el extranjero de que se trate."

"IX. Presentar en los meses de enero y julio de cada año ante las oficinas autorizadas una declaración en la que proporcionen la información siguiente:

- a) El saldo insoluto al 31 de diciembre del año anterior o al 30 de junio del año de que se trate, respectivamente, de los préstamos que le hayan sido otorgados o garantizados por residentes en el extranjero; y,
- b) El tipo de financiamiento, nombre del beneficiario efectivo de los intereses, tipo de moneda, la tasa de interés aplicable y las fechas de exigibilidad del principal y accesorios, de cada una de las operaciones de financiamiento a que se refiere el inciso anterior.

X. Presentar en el mes de febrero de cada año ante las oficinas autorizadas, declaración en la que proporcionen información de las operaciones efectuadas en el año de calendario anterior con los cincuenta principales clientes y con los cincuenta principales proveedores. Deberán proporcionar, además, en su caso, información de las personas a las que en el mismo año de calendario les hubieren efectuado retenciones de impuesto sobre la renta u otorgado donativos, así como de los residentes en el extranjero a los que les hayan efectuado pagos de acuerdo con lo previsto en el Título V de esta Ley."

Cuando el franquiciatario realice el pago de regalías al franquiciante, tendrá la obligación de expedirle una constancia por cada pago que efectúe, dicha constancia también deberá señalar el monto del impuesto retenido al franquiciante, el cual será del 35% para regalías por el uso o goce temporal de patentes, marcas de fábrica y nombres comerciales, así como por concepto de publicidad, según lo establece el artículo 156 de esta ley.

En caso de que el franquiciante proporcione financiamiento al franquiciatario para que éste atienda sus necesidades de capital a corto y a largo plazo, como puede ser:

- La compra o arrendamiento del local así como su acondicionamiento y equipamiento o remodelación del mismo
- Para la adquisición de maquinaria y equipo
- Para la adquisición de materia prima

- Para el pago de deudas con bancos y proveedores
- Y para otros gastos relacionados con el giro del negocio

El franquiciatario deberá presentar una declaración en los meses de enero y julio, la cual debe contener el tipo de financiamiento que le fue otorgado, la tasa de interés fijada, tipo de moneda, la fecha en que deberá pagarse el crédito y sus accesorios y el saldo insoluto que se tiene al último día del mes inmediato anterior por el que se realiza la declaración.

También estará obligado a presentar declaraciones informativas de los principales clientes y proveedores así como la información referente a los pagos efectuados a personas residentes en el país o en el extranjero y el impuesto sobre la renta retenido por estos pagos.

TITULO IV. DE LAS PERSONAS FISICAS (DISPOSICIONES GENERALES)

“Artículo 74. Están obligados al pago del impuesto establecido en este Título las personas físicas residentes en México que obtengan ingresos en efectivo, en bienes, en crédito, en servicios en los casos que señale esta Ley, o de cualquier otro tipo.”

En caso de que el franquiciatario se haya dado de alta como persona física., estará sujeto al pago del impuesto sobre la renta por los ingresos en efectivo provenientes de su establecimiento u otros derivados de su actividad.

"Cuando las personas tengan deudas o créditos en moneda extranjera y obtengan ganancia cambiaria derivada de la fluctuación de dichas monedas, considerarán como ingreso la ganancia determinada conforme a lo previsto en la fracción II del artículo 133 de esta Ley."

Además de los ingresos señalados anteriormente, el franquiciatario obtendrá otros ingresos por la fluctuación del tipo de cambio en la moneda, de las deudas que tenga en el extranjero provenientes de un préstamo otorgado por el franquiciante o el obtenido de sus proveedores y de algún otro que adquiera.

CAPITULO VI. DE LOS INGRESOS POR ACTIVIDADES EMPRESARIALES

"Artículo 107. Se consideran ingresos por actividades empresariales los provenientes de la realización de actividades empresariales, industriales, agrícolas, ganaderas, de pesca o silvícolas.

Se entiende que el ingreso lo percibe la persona que realiza las actividades citadas en el párrafo anterior."

El franquiciatario considerará que tiene ingresos por actividades empresariales, los que obtenga por la preparación y venta de sus productos.

Para determinar que ingresos son acumulables y en que momento se obtienen los mismos, se estará a lo dispuesto en los artículos 15, 16 y 17, señalados anteriormente.

A consideración nuestra, a continuación únicamente mencionamos las diferencias entre las personas físicas con actividad empresarial y las personas morales, en relación a los términos utilizados por la ley para determinar el impuesto sobre la renta.

a) Para determinar el ISR a cargo o a favor de las personas físicas, se seguirá el mismo procedimiento señalado en el artículo 10, con la variante de que en lugar de obtener un resultado fiscal se tiene una utilidad fiscal empresarial conforme al artículo 108-A. En lo que se refiere al plazo que se da para presentar la declaración del impuesto del ejercicio, en lugar de los tres meses señalados en el artículo 10, se tendrán cuatro meses siguientes a la terminación del mismo.

b) Para calcular los pagos provisionales del ejercicio se obtendrá una utilidad fiscal estimada a diferencia del resultado fiscal que obtienen las personas morales.

El procedimiento para los pagos provisionales de las personas físicas es el que a continuación se indica:

Ingresos Nominales
Por Actividad Empresarial
X Coeficiente de Utilidad
UTILIDAD FISCAL ESTIMADA
menos : Pérdida Fiscal
de ejercicios anteriores

UTILIDAD FISCAL.**X 34%****ISR CAUSADO PARA****PAGOS PROVISIONALES****menos : Pagos Provisionales anteriores****del mismo ejercicio****menos : Retenciones sobre intereses (Art.126)****ISR CAUSADO A CARGO O A FAVOR**

El artículo 111 en su fracción IV, menciona que los pagos provisionales se ajustarán desde el inicio del ejercicio hasta el último día del mes de junio del mismo ejercicio y de igual manera se seguirá el mismo procedimiento que para las personas morales.

Asimismo las obligaciones a las que están sujetas las personas físicas serán las mismas que señalamos en el artículo 58 y 156.

5.2 LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

“Artículo 1. Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional realicen los actos o actividades siguientes:

I. Enajenen bienes

IV. Importen bienes o servicios

El impuesto se calculará aplicando a los valores que señala esta Ley, la tasa del 15%. El impuesto al valor agregado en ningún caso se considerará que forma parte de dichos valores.

El contribuyente trasladará dicho impuesto en forma expresa y por separado, a las personas que adquieran los bienes, los usen o gocen temporalmente, o reciban los servicios. Se entenderá por traslado del impuesto el cobro o cargo que el contribuyente debe hacer a dichas personas de un monto equivalente al impuesto establecido en esta Ley.

El contribuyente pagará en las oficinas autorizadas la diferencia entre el impuesto a su cargo y el que le hubieran trasladado o el que él hubiese pagado en la importación de bienes o servicios, siempre que sean acreditables en los términos de esta Ley."

El franquiciatario, sea persona física con actividad empresarial o persona moral, está obligado a pagar el impuesto al valor agregado a la tasa del 15%, por la diferencia entre el impuesto trasladado de las ventas que realice y el impuesto pagado por la adquisición de bienes en territorio nacional o por la importación de éstos.

El artículo 2-A de esta ley se reformó a partir del 1o. de septiembre de 1995, el cual establece que cuando se enajenen cierto tipo de alimentos como pueden ser entre otros, carne en estado natural, leche y huevo cualquiera que sea su presentación, se aplicará la tasa del 0%, por

consiguiente el franquiciatario adquirirá los alimentos mencionados a dicha tasa.

“Artículo 2-A.- Se aplicará la tasa que establece el artículo 1o. a la enajenación de los alimentos a que se refiere el presente artículo preparados para su consumo en el lugar o establecimiento en que se enajenen, inclusive cuando no cuenten con instalaciones para ser consumidos en los mismos.”

Es decir que a los alimentos señalados anteriormente preparados para su consumo en un establecimiento de franquicias en comida rápida, se les aplicará la tasa del 15%.

Por lo que respecta a los derivados de la leche y los productos destinados a la alimentación, excluidos del artículo 2-A, quedarán comprendidos a partir del 1o. de septiembre de 1995, dentro del artículo también reformado 2-B, fracción I, para continuar gravados a la tasa del 0%, sólo que esta tasa se aplicaría cuando se cumplieran ciertos requisitos como son: que la enajenación se realice al público en general, en locales fijos, sean ventas al menudeo y que dichos locales no tengan servicio de entrega a domicilio, y como el franquiciatario no es considerado como público en general, por lo tanto se le aplicaría la tasa del 15%.

Sin embargo ahora con el Decreto publicado el 7 de julio de 1995 en el Diario Oficial de la Federación, vigente a partir del 1o. de septiembre de 1995 y su beneficio no excederá del 31 de diciembre del mismo año, por el que exime el pago del impuesto al valor agregado por la enajenación e

importación de los productos destinados a la alimentación, a excepción de los mencionados en los artículos 2-A, fracción I, último párrafo y 2-B, fracción I incisos a), b) y d), y último párrafo, de esta ley, el franquiciatario no pagará el impuesto al valor agregado por la adquisición de dichos productos.

Asimismo el artículo 2-B de esta ley, hace algunas exclusiones al establecer que no todos los productos destinados a la alimentación se les aplicará la tasa del 0%, como son entre otros: las bebidas distintas de la leche, inclusive cuando las mismas tengan la naturaleza de alimentos, los jarabes o concentrados para preparar refrescos que se expendan en envases abiertos, utilizando aparatos eléctricos o mecánicos, de tal manera que cuando se enajenen estos productos, preparados para su consumo teniendo o no establecimiento para ser consumidos, el franquiciatario les aplicará la tasa del 15%.

“Artículo 5. El impuesto se calculará por ejercicios fiscales, salvo los casos señalados en el artículo 33 de esta ley.

Los contribuyentes efectuarán pagos provisionales mediante declaración que presentarán ante las oficinas autorizadas por los mismos periodos y en las mismas fechas de pago que las establecidas para el impuesto sobre la renta, excepto en los casos del ejercicio de iniciación de operaciones, en el que efectuarán pagos provisionales trimestrales y en el ejercicio de liquidación, en el que los pagos provisionales se efectuarán por

los mismos periodos y en las mismas fechas en que se venían realizando con anterioridad al inicio del ejercicio de liquidación.

El pago provisional será la diferencia entre el impuesto que corresponda al total de las actividades realizadas en el período por el que se efectúa el pago, a excepción de las importaciones de bienes tangibles, y las cantidades por las que proceda el acreditamiento.

El impuesto del ejercicio, deducidos los pagos provisionales se pagará mediante declaración que se presentará ante las oficinas autorizadas, dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio."

Por lo que respecta a este impuesto, el contribuyente deberá realizar pagos provisionales en las mismas fechas y periodos que se efectúen los pagos provisionales del impuesto sobre la renta a excepción del ejercicio de inicio de operaciones, los cuales se realizarán en forma trimestral y en el ejercicio de liquidación en donde se seguirán efectuando los pagos de igual manera en que se llevaban a cabo hasta antes de iniciar este ejercicio.

Así mismo estos pagos serán a cuenta del impuesto anual y se deducirán del impuesto a pagar en la declaración, misma que se presentará en el siguiente ejercicio, dentro de los tres primeros meses.

"Artículo 6. Cuando en la declaración de pago provisional resulte saldo a favor, el contribuyente podrá acreditarlo contra el impuesto a su cargo que le corresponda en los meses siguientes hasta agotarlo o

solicitar su devolución siempre que en este último caso sea sobre el total del saldo a favor.

Si en la declaración del ejercicio el contribuyente tuviera cantidades a su favor, podrá acreditarlas en declaraciones de pago provisional posteriores o solicitar su devolución total.

Los saldos cuya devolución se solicite no podrán acreditarse en declaraciones posteriores."

Cuando el contribuyente obtenga saldo a favor en alguno de sus pagos provisionales o en la declaración anual podrá acreditarlo de los subsecuentes pagos o solicitar su devolución total.

"Artículo 8. Para los efectos de esta Ley, se entiende por enajenación además de lo señalado en el Código Fiscal de la Federación, el faltante de bienes en los inventarios de las empresas."

"No se considerará enajenación, la transmisión de propiedad que se realice por causa de muerte."

"Artículo 14. Se entiende por enajenación de bienes:

I. Toda transmisión de propiedad." (Código Fiscal de la Federación)

Se considera enajenación el hecho de vender los productos de comida rápida al público en general, así como el faltante de materia prima en el inventario.

Por otra parte, según el artículo 8 de esta ley consideramos que no hay enajenación por la transmisión del contrato de franquicia a los herederos del franquiciatario, cuando suceda la muerte de éste.

“Artículo 11. Se considera que se efectúa la enajenación de los bienes en el momento en que se realice cualquiera de los supuestos siguientes:

I. Se envíe el bien al adquirente. A falta de envío al entregarse materialmente el bien. No se aplicará esta fracción cuando la persona a la que se envíe o entregue el bien, no tenga obligación de recibirlo o de adquirirlo.

II. Se pague parcial o totalmente el precio, salvo en los casos que esta Ley señale.

III. Se expida el comprobante que ampare la enajenación.”

Consideramos que el primer supuesto que se da para que el franquiciatario considere realizada la venta de sus productos, es cuando se expide el comprobante que ampara a los mismos.

“Artículo 12. Para calcular el impuesto tratándose de enajenaciones se considerará como valor el precio pactado, así como las cantidades que además se carguen o cobren al adquirente por otros impuestos, derechos, intereses normales o moratorios, penas convencionales o cualquier otro concepto. A falta de precio pactado se estará al valor que los bienes tengan en el mercado, o en su defecto al de avalúo.”

El precio que determine el franquiciatario para la venta de sus productos, será la cantidad sobre la cual se calculará el impuesto del 15%.

“Artículo 24. Para los efectos de esta Ley, se considera importación de bienes o de servicios:

I. La introducción al país de bienes.”

La importación de bienes para un franquiciatario es el hecho de adquirir materia prima, maquinaria y equipo y algún otro bien en el extranjero, también será importación, la prestación de servicios como son la asistencia técnica y la transferencia de tecnología proporcionadas por el franquiciante, según el artículo 14 de esta ley.

“Artículo 27. Para calcular el impuesto al valor agregado tratándose de importación de bienes tangibles, se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último gravamen y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación.

El valor que se tomara en cuenta tratándose de importación de bienes o servicios a que se refieren las fracciones II, III y V del artículo 24, será el que les correspondería en esta Ley por enajenación de bienes, uso o goce temporal de bienes o prestación de servicios, en territorio nacional según sea el caso.”

El franquiciatario tomara como base para determinar el impuesto al valor agregado, el valor de adquisición de los bienes señalados en el artículo 24 más otros gastos y gravámenes pagados por la importación de estos bienes.

Por lo que respecta a los servicios prestados por el franquiciante, el franquiciatario calculará el impuesto sobre el monto pagado al franquiciante incluyendo los anticipos que anteriormente se le hayan pagado.

“Artículo 28. Tratándose de importación de bienes tangibles, el pago tendrá el carácter de provisional y se hará conjuntamente con el del impuesto general de importación.”

“El impuesto al valor agregado pagado al importar bienes dará lugar a acreditamiento en los términos y con los requisitos del artículo 4 de esta Ley.”

El franquiciatario considerará como pago provisional, el impuesto pagado por la importación de los bienes mencionados anteriormente, dicho impuesto se acreditará contra el impuesto que tenga a su cargo.

5.3 LEY DEL IMPUESTO AL ACTIVO

“Artículo 1. Las personas físicas que realicen actividades empresariales y las personas morales, residentes en México, están obligadas al pago del impuesto al activo, por el activo que tengan, cualquiera que sea su ubicación.”

El franquiciatario está obligado al pago del impuesto que señala esta ley por los bienes que tenga en su establecimiento para el desarrollo de sus actividades.

“Artículo 2. El contribuyente determinará el impuesto por ejercicios fiscales aplicando al valor de su activo en el ejercicio, la tasa del 1.8%.

El valor del activo en el ejercicio se calculará sumando los promedios de los activos previstos en este artículo.”

Para determinar la base del impuesto al activo, a la cual se le aplicará el porcentaje del 1.8%, explicaremos como se obtienen los promedios de los activos y su actualización de acuerdo a los artículos 2, 3 y 4; así mismo, mencionaremos cuales son las deudas que se podrán deducir del valor del activo conforme al artículo 5 de esta ley.

1.-Determinación del promedio de los activos financieros.

Según el artículo 4, son activos financieros los siguientes:

- . Inversiones en títulos de crédito
- . Acciones emitidas por sociedades de inversión de renta fija
- . Cuentas y documentos por cobrar
- . Intereses devengados a favor no cobrados
- . Inversiones y depósitos en instituciones del sistema financiero (Artículo 13 del RLIA)

El promedio de estos activos, se calculará como a continuación se indica:

$$\frac{\text{Activo al inicio del mes} + \text{Activo al final del mes}}{\text{entre dos}} = \text{PROMEDIO MENSUAL DEL ACTIVO}$$

Este promedio se calculará por cada mes del ejercicio, se sumarán todos los promedios del mismo y el resultado se dividirá entre el número de meses que comprenda dicho ejercicio.

Para determinar el promedio de las operaciones contratadas con instituciones del sistema financiero se seguirá el procedimiento que señala el artículo 7-B de la Ley del Impuesto Sobre la Renta conforme a lo siguiente:

$$\frac{\text{Suma de saldos diarios del mes}}{\text{entre : Número de días del mes}} \\ \text{PROMEDIO MENSUAL DEL ACTIVO}$$

2.- Determinación del promedio de los activos fijos, gastos y cargos diferidos.

Para calcular el promedio de cada activo, se tomará en cuenta el monto original de la inversión, para bienes que se adquieren en el mismo ejercicio por el que se determina el impuesto o el saldo pendiente de deducir para bienes adquiridos con anterioridad a este ejercicio, el cual se obtiene restando del monto original de la inversión, la depreciación acumulada de ejercicios anteriores; el saldo por deducir y el monto original se actualizarán como sigue:

$$\frac{\text{Saldo pendiente de deducir}}{\text{ó Monto original de inversión}} \\ \times \text{Factor de actualización} \\ \text{INPC del último mes}$$

de la 1a. mitad del ejercicio
entre : INPC del mes
en que se adquirió el bien
SALDO POR DEDUCIR O
MONTO ORIGINAL ACTUALIZADO

Como lo establece el artículo 3 de esta ley, no se actualizarán los bienes que se adquirieran en la segunda mitad del ejercicio.

Una vez obtenido este resultado, se obtendrá el promedio de la siguiente forma:

Saldo por deducir
al inicio del ejercicio actualizado
ó Monto original actualizado
menos : 50% de la deducción
del ejercicio (Artículo 41 y 47 LISR)
PROMEDIO ANUAL DEL ACTIVO

Tratándose del primer y último ejercicio en que el bien se haya utilizado, el promedio anual del activo se dividirá entre doce y se multiplicará por el número de meses de utilización en el ejercicio.

En caso de que el contribuyente tenga bienes a los cuales les haya aplicado la deducción inmediata, no tomará en cuenta esta deducción y aplicará al monto original de inversión los porcentajes máximos autorizados

por la Ley del Impuesto Sobre la Renta, para determinar su saldo pendiente por deducir al inicio del ejercicio o el monto original de inversión y por lo tanto deberá seguirse el procedimiento antes señalado.

3.- Determinación del promedio de los terrenos.

Monto original de inversión de cada terreno
x Factor de actualización
INPC del último mes
de la 1a. mitad del ejercicio
entre : INPC del mes en que se adquirió
o se valió catastralmente
entre doce
x Número de meses
de propiedad del terreno
PROMEDIO DE CADA TERRENO

4.- Determinación del promedio de los inventarios.

Inventario al inicio del ejercicio
más : Inventario al cierre
del ejercicio
entre dos
PROMEDIO DE INVENTARIOS

5.- Determinación del promedio de las deudas.

Monto de las deudas al inicio del mes
más : Monto de las deudas al final del mes
entre dos

PROMEDIO MENSUAL DE DEUDAS

Para obtener el promedio de deudas en el ejercicio se sumarán todos los promedios mensuales y el resultado se dividirá entre el número de meses que tenga el ejercicio.

BASE DEL VALOR DEL ACTIVO

PROMEDIO DE ACTIVOS FINANCIEROS

más : PROMEDIO DE ACTIVOS FIJOS, GASTOS Y CARGOS DIFERIDOS
 más : PROMEDIO DE TERRENOS
 más : PROMEDIO DE INVENTARIOS
 = VALOR DEL ACTIVO

Del valor del activo en el ejercicio, el franquiciatario podrá disminuir las siguientes deudas:

menos : DEUDAS CONTRATADAS CON EMPRESAS RESIDENTES EN EL PAIS

menos : DEUDAS NEGOCIABLES (Siempre y cuando no se deje de otorgar el crédito o la deuda se transfiera a una empresa de factoraje financiero o a cualquier persona no contribuyente de este impuesto).

menos : QUINCE VECES EL SALARIO MINIMO GENERAL DEL AREA GEOGRAFICA DEL CONTRIBUYENTE ELEVADO AL AÑO.

(Unicamente para personas físicas con actividad empresarial)

= BASE PARA EL PAGO DEL IMPUESTO
X 1.8%
= IMPUESTO AL ACITVO CAUSADO

Según el artículo 6 de esta ley, establece que el contribuyente no pagará el impuesto al activo por el período preoperativo, por el ejercicio de inicio de actividades, los dos ejercicios siguientes y el de liquidación, excepto si éste dura más de dos años.

“Artículo 7. Los contribuyentes efectuarán pagos provisionales mensuales, a cuenta del impuesto del ejercicio.

Las personas morales y las personas físicas enterarán el impuesto a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago, respectivamente.

El pago provisional mensual se determinará dividiendo entre doce el impuesto actualizado que correspondió al ejercicio inmediato anterior, multiplicando el resultado por el número de meses comprendidos desde el inicio del ejercicio hasta el mes al que se refiere el pago, pudiendo

acreditarse contra el impuesto a pagar los pagos provisionales del ejercicio por el que se paga el impuesto, efectuados con anterioridad.

El impuesto del ejercicio inmediato anterior se actualizará por el período comprendido desde el último mes del penúltimo ejercicio inmediato anterior, hasta el último mes del ejercicio inmediato anterior a aquél por el cual se calcule el impuesto.

Por los meses comprendidos entre la fecha de terminación del ejercicio y el mes en que se presente la declaración del mismo ejercicio, el contribuyente deberá efectuar sus pagos provisionales en la misma cantidad que se hubiera determinado para los pagos provisionales del ejercicio inmediato anterior.”

El franquiciatario deberá efectuar pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto anual, los cuales se determinarán de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} & \text{Impuesto al activo del ejercicio} \\ & \quad \text{inmediato anterior} \\ & \quad \times \text{ Factor de actualización} \\ & \text{INPC del último mes del ejercicio} \\ & \quad \text{inmediato anterior} \\ & \text{entre : INPC del último mes del penúltimo} \\ & \quad \text{ejercicio inmediato anterior} \\ & \quad \text{IMPUESTO ACTUALIZADO} \end{aligned}$$

entre doce

IMPUESTO MENSUAL ACTUALIZADO

x No. de meses desde el inicio del ejercicio

hasta el mes en que se efectúe el pago

PAGO PROVISIONAL DEL IMPUESTO AL ACTIVO

Aquel franquiciatario que efectúe pagos provisionales trimestrales del impuesto sobre la renta, también podrá efectuar los pagos del impuesto al activo por el mismo período y en la misma fecha que señala la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Cuando el contribuyente este obligado al pago de éste impuesto, y sea su primer ejercicio, tomará como base para determinar los pagos provisionales del impuesto al activo que le corresponden, el último ejercicio a aquél por el que se determina el pago.

“Artículo 7-A. Las personas morales podrán efectuar los pagos provisionales de este impuesto y del impuesto sobre la renta, que resulten en los términos de los artículos 12 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta y 7o. de esta Ley, de conformidad con lo siguiente:

I. Compararán el pago provisional del impuesto al activo determinado conforme al artículo 7o. de esta Ley con el pago provisional del impuesto sobre la renta calculado según lo previsto por la fracción III del artículo 12 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, sin considerar para efectos de

dicha comparación el acreditamiento de los pagos provisionales señalados en tales preceptos.

II. El pago provisional a que se refiere este artículo se hará por la cantidad que resulte mayor de acuerdo con la fracción anterior, pudiendo acreditar contra el impuesto a pagar, los pagos provisionales efectuados con anterioridad en los términos de este artículo.”

Cuando el franquiciatario sea una persona moral tendrá la opción de comparar mensual o trimestralmente el pago provisional del impuesto al activo, contra el pago provisional del impuesto sobre la renta y pagar el que sea mayor, acreditando contra el impuesto a pagar, los pagos provisionales anteriormente efectuados de este impuesto.

“Artículo 7-B. Los contribuyentes a que se refiere el artículo 7o.-A de esta Ley, efectuarán el ajuste mencionado en la fracción III del artículo 12-A de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, así como los pagos provisionales de este impuesto correspondientes al período de ajuste, de conformidad con lo siguiente:

I. Se comparará el pago provisional del impuesto al activo determinado conforme al artículo 7o. de esta Ley, correspondiente al período por el que se efectúa el ajuste, con el monto del ajuste en el impuesto sobre la renta determinado de conformidad con el artículo 12-A de la Ley de la materia, sin considerar para efectos de dicha comparación la resta de los pagos provisionales señalados en tales preceptos.

II. El pago del ajuste en el impuesto sobre la renta y del pago provisional del impuesto al activo a que se refiere este artículo se hará por la cantidad que resulte mayor de acuerdo con la fracción anterior pudiendo acreditar contra el impuesto a pagar los pagos provisionales efectuados con anterioridad en los términos de este artículo y el anterior.”

Para determinar el monto del ajuste en el impuesto al activo se deberá seguir el procedimiento señalado anteriormente en el artículo 2 de esta ley por el período de enero a junio. El impuesto al activo que resulte se comparará con el monto del ajuste del impuesto sobre la renta y se pagará el que sea mayor, acreditando los pagos provisionales de este impuesto anteriormente realizados durante el ejercicio.

“Artículo 8. Las personas morales contribuyentes del impuesto al activo, deberán presentar ante las oficinas autorizadas, conjuntamente con la declaración del impuesto sobre la renta, declaración determinando el impuesto del ejercicio dentro de los tres meses siguientes a la fecha en que éste termine.

Tratándose de personas físicas la declaración de este impuesto, se presentará durante el período comprendido entre los meses de febrero a abril del año siguiente a aquél por el que se presenta la declaración.”

Los franquiciatarios que sean personas morales tendrán la obligación de pagar el impuesto a cargo del ejercicio dentro de los tres meses siguientes a la terminación de éste.

En caso de que sean personas físicas, la declaración del ejercicio deberá presentarse entre los meses de febrero a abril.

“Artículo 9. Los contribuyentes podrán acreditar contra el impuesto del ejercicio una cantidad equivalente al impuesto sobre la renta que les correspondió en el mismo, en los términos de los Títulos II o II-A, o del Capítulo VI del Título IV de la Ley de la materia.”

Por lo que se refiere al impuesto anual, el franquiciatario podrá acreditar de este impuesto una cantidad igual de impuesto sobre la renta efectivamente pagado.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

1. Los negocios de franquicias son una alternativa de inversión para empresarios que cuentan con recursos financieros y desean iniciar un negocio. Las franquicias con formato de negocio requieren que el franquiciatario se apegue a las reglas del franquiciante y seguir las instrucciones contenidas en los manuales de operación para ofrecer el mismo servicio con igual calidad.

2. Generalmente, los restaurantes y los establecimientos de comida rápida han optado por franquiciar su negocio bajo el tipo de franquicia con formato de negocio, el cual se caracteriza por transmitir un conjunto de elementos necesarios para establecer un negocio idéntico al del franquiciante, esos elementos son la utilización de una marca o nombre comercial por un tiempo determinado, transferencia de conocimientos y tecnología para preservar la calidad de los productos, asesoría y capacitación al franquiciatario y a su personal y apoyo para formar un fondo de publicidad con los demás franquiciatarios de la misma franquicia, a cambio de esto, el franquiciatario deberá cumplir periódicamente el pago de regalías de operación y publicidad.

3. La mayoría de las franquicias en comida rápida que se han otorgado a los franquiciatarios mexicanos por franquiciantes extranjeros, son franquicias maestras, aquellos a su vez se convierten en subfranquiciantes,

los cuales van a otorgar subfranquicias a los empresarios mexicanos que están en territorio nacional.

4. Antes de adquirir una franquicia, se sugiere que el futuro franquiciatario investigue al franquiciante para ver si la franquicia ha estado en operación cierto tiempo y por medio de su experiencia definir cuales serán las expectativas de este negocio a futuro, como son las utilidades netas que obtendría después del pago de regalías, si la marca cuenta con cierto prestigio para atraer más clientes, que la organización y administración del negocio sea eficiente y le pueda seguir proporcionando asistencia técnica y capacitación cuando lo requiera, y si tendrá la posibilidad de expandir su negocio adquiriendo nuevamente otra u otras franquicias.

5. El franquiciatario además de contar con los recursos necesarios para cubrir el costo de la franquicia y la inversión inicial, debe de reunir otro tipo de requisitos, como son los personales, entre estos encontramos: la experiencia administrativa en algún negocio, la cualidad de liderazgo, la experiencia en ventas, el comprometerse a no revelar ningún secreto industrial así como aspectos confidenciales del negocio, cualidades que tomará en cuenta el franquiciante para poder otorgar la franquicia.

6. La relación entre el franquiciante y franquiciatario al trabajar en conjunto, ofrecerá, a éste último, ciertas ventajas ya que adquiere la franquicia de un negocio probado con una marca reconocida que le significará atraer más clientes y le ayudará a desarrollar un negocio de

forma eficiente, disminuyendo los riesgos que tendría al invertir en un negocio que no sea franquiciado, asimismo, el franquiciatario se beneficiará con el poder de compra colectivo de los demás franquiciatarios, lo cual le hará reducir sus costos, también podrá contar con la ayuda y asesoría del franquiciante en caso de que tenga dudas sobre la administración u operación del negocio. Sin embargo, uno de los problemas que podría tener el franquiciatario, es que si el franquiciante tiene alguna situación desfavorable en su negocio, por lo tanto el negocio de aquel, también se verá afectado, ya que el negocio del primero y la empresa franquiciante tienen la misma imagen.

7. La figura de la franquicia esta regulada en el artículo 142, de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial y su respectivo Reglamento, dicha ley además de definir el concepto de franquicia regula otros aspectos de la misma, como son la marca, nombre comercial, patentes, secretos industriales, así como la información técnica, económica y financiera que deberá proporcionar el franquiciante al franquiciatario antes de otorgarle la franquicia. Esta ley hace posible celebrar contratos de franquicia en los cuales se van a establecer los derechos, obligaciones y responsabilidades de ambas partes.

8. De acuerdo a las condiciones del contrato, el franquiciatario estará obligado legalmente a seguir las instrucciones que dé el franquiciante para la operación del negocio, entre las cuales pueden ser el uso de las marcas y

nombres comerciales, explotación de patentes, vender exclusivamente los productos de la franquicia y no divulgar información confidencial, aspectos del negocio que son fijados por el franquiciante, lo que significa una desventaja para el franquiciatario al no tener la libertad de tomar sus propias decisiones.

Considerando los resultados obtenidos del análisis e interpretación de las disposiciones fiscales, concluimos que se comprueba la hipótesis planteada al inicio de nuestra investigación, de esta forma, mencionamos las principales obligaciones fiscales de un negocio de franquicia.

9. Para efectos del impuesto sobre la renta los franquiciatarios estarán comprendidos, por una parte, dentro del Título II De las personas morales, o bien por el Título IV De las personas físicas.

Entre cuyas obligaciones tenemos:

- a) Que los ingresos que obtengan por la venta de sus productos podrán disminuir las deducciones estrictamente indispensables para la operación del negocio;
- b) Que tendrán la obligación de presentar pagos provisionales a cuenta del impuesto anual a más tardar dentro de los 17 días siguientes al período que corresponda el pago;
- c) Que deberán realizar un ajuste al impuesto enterado en los pagos provisionales de enero a junio;

- d) Que deberán presentar en los tres o cuatro primeros meses siguientes al cierre del ejercicio fiscal según corresponda la declaración del impuesto anual aplicando la tasa del 34%;
- e) Que el pago de regalías por el uso o goce temporal de patentes, marcas, nombres comerciales y publicidad, son deducibles de los ingresos percibidos, considerándose como gasto, siempre y cuando cumplan con el requisito de expedir la constancia y de retener el impuesto a la tasa del 35%, mismo que deberá enterar el franquiciatario, cabe mencionar que por su actividad, esta es una de las obligaciones exclusivas para los negocios de franquicias en comparación a cualquier otro tipo de negocios; y,
- f) Que los gastos y compras efectuados en el extranjero, serán deducibles siempre y cuando la documentación que ampare la compra, reúna requisitos fiscales.

10. Por lo que respecta al impuesto al valor agregado, el franquiciatario estará obligado al pago de este impuesto a la tasa del 15%, por la diferencia que exista entre el impuesto trasladado de las ventas de sus productos y el impuesto pagado por la adquisición de bienes en territorio nacional o por su importación.

El franquiciatario estará sujeto a las siguientes obligaciones:

- a) Efectuar pagos provisionales a cuenta del impuesto anual en las mismas fechas y períodos en que se efectúen los pagos provisionales del impuesto sobre la renta;
- b) Presentar dentro de los tres primeros meses siguientes al cierre del ejercicio, declaración del impuesto anual del cual deducirán los pagos provisionales enterados correspondientes al mismo ejercicio;
- c) Si el franquiciatario tuviere saldo a favor en los pagos provisionales o en la declaración del ejercicio, podrá acreditarlo de su impuesto a cargo en los siguientes pagos provisionales o solicitar su devolución sobre el monto total; y,
- d) Debido a que el franquiciatario debe seguir las instrucciones del franquiciante, es posible que deba realizar compras al exterior, por lo tanto, en lo referente a la importación de bienes que haga el franquiciatario, considerará como pago provisional el impuesto pagado por la importación de dichos bienes y lo acreditará contra el impuesto que tenga a su cargo.

11. Otra de las obligaciones fiscales ha que esta sujeto el franquiciatario, es la de pagar el impuesto al activo por el valor del terreno en el cual esta ubicado su establecimiento, por los inventarios que tenga, los activos fijos, gastos y cargos diferidos y por las inversiones y cuentas por cobrar derivadas de su actividad empresarial; al total de estos valores se le restara el correspondiente a las deudas y a la base que resulte se le aplicará el porcentaje establecido en la ley el cual es del 1.8%. Este impuesto podrá

compensarse con el impuesto sobre la renta y de esta manera el franquiciatario podrá estar exento de efectuar algún pago de este impuesto. Por otra parte, si el franquiciatario determina un saldo de impuesto al activo por pagar, efectuará pagos provisionales por el período que corresponda a mas tardar el día 17 del mes siguiente.

Los pagos provisionales así como la declaración anual del impuesto al activo, deberán presentarse conjuntamente con el impuesto al valor agregado y el impuesto sobre la renta, en los formatos fiscales establecidos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los cuales contemplan el pago de estos tres gravámenes.

12. Actualmente, dada la crisis económica que atraviesa nuestro país, las empresas de franquicias en comida rápida, se ven en la necesidad de buscar alternativas a fin de disminuir los costos de sus productos para que estos sigan teniendo un precio accesible, una de estas alternativas es adquirir materia prima con proveedores nacionales, ofrecer al público descuentos en los precios de venta de los productos o promoviendo el regalo de algún artículo en la compra de alguno de éstos.

13. Algunos de los problemas que representan los negocios de franquicias en comida rápida es la disminución de sus ventas, viéndose afectada su liquidez para cubrir sus deudas, ya que alguna de éstas puede estar pactada en dólares y debido al incremento de la inflación en nuestro país, estas serán aún mayores.

Sin embargo, aún con la crisis económica las franquicias de este sector, beneficiarán al país ya que generan fuentes de trabajo para la población y de esta forma ayudarán a disminuir el problema del desempleo; así mismo, reditarán mayores ventajas para los empresarios que quieran iniciar un negocio diferente, ya que las franquicias con formato de negocio cuentan con la asesoría y experiencia del franquiciante.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Arce, Gargollo Javier

El Contrato de Franquicia

3era. ed., México, D. F.

Ed. Themis, 1994, 81 pp.

Castro, Rodríguez Elodia

Díaz, Calvillo Luz María

Tesis, Franquicias: Enfoque administrativo,

Contable y Legal en México.

México, D. F., 1994, 134 pp.

González, Calvillo Enrique

González, Calvillo Rodrigo

Franquicias: La Revolución de los '90

México, D. F., Ed. Mcgraw-Hill

1994, 144 pp.

González, Calvillo Enrique

La Experiencia de las Franquicias

México, D. F., Ed. McGraw-Hill

1993, 176 pp.

Huerdo, Lange Juan

Sistema de Franquicias

México, D. F.,

Centro Internacional de Franquicias

1989, 52 pp.

Murphy John y Rowe Michael

Como Diseñar Marcas y Logotipos

México, D. F.,

Ed. Gustavo Gili, S. A. De C.V.

1989, 144 pp.

Ramírez, García Ma. Concepción

Tellez, López Alma Delia

Tesis, Organización Contable y Administrativa
de las Franquicias

México, D. F., 1994, 120 pp.

Reyes, Díaz-Leal Eduardo

Franquiciando en México

México, D. F.

Ed. Del Verbo Emprender, S.A. de C.V.

1992, 160 pp.

Código Civil para el Distrito Federal,

en materia común, y para toda la República

en materia federal

2a. ed., 1a. Reimpresión, México, D. F.

Ed. PAC, S.A. de C.V., 1995, 609 pp.

Código de Comercio y Leyes Complementarias

México, D. F., Ed. Anaya Editores, S.A.

1995, 737 pp.

Compilación Tributaria

31a. ed. México, D. F.

Ed. Dofiscal Editores, 1995

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

México, D. F., Ed. Sista

Febrero de 1995, 84 pp.

Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial
y su Reglamento

México, D. F., Ed. Delma, S.A. de C.V.

1994, 98 pp.

Ley Federal de Derechos de Autor

2a. ed. México, D. F.

Ed. PAC, S.A. de C.V.

1994, 88 pp.

Trueba, Urbina Alberto

Trueba, Barrera Jorge

Ley Federal del Trabajo

71a. ed., Actualizada

México, D. F., Ed. Porrúa

1993, 913 pp.

HEMEROGRAFIA**Entrepreneur**

Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.

Revista mensual, México, D. F.,

No. 1 Vol. 2, Enero 1994

Entrepreneur

Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.

Revista mensual, México, D. F.,

No. 12. Vol. 2, Diciembre 1994

Entrepreneur

Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.

Revista mensual, México, D. F.

No. 1 Vol. 3, enero de 1995

Entrepreneur

Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.

Revista mensual, México, D. F.

No. 3, Vol. 3, Marzo 1995

Entrepreneur

Impresiones Aéreas, S.A. de C.V.

Revista mensual, México, D. F.

No. 6, Vol. 3, junio 1995

Expansión

Grupo Editorial Expansión

Revista quincenal, México, D. F.

No. 640, Vol. XXVI, mayo 1994

Expansión

Grupo Editorial Expansión

Revista mensual, México, D. F.

No. 665, Vol. XXVII, mayo 1995

Excélsior

Regino, Díaz Redondo

Edición especial coleccionable

No. 3, México, D. F.

29 de agosto de 1994

Franquicias

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

Dirección General de Fomento al Comercio Interior

40 pp.