



UNIVERSIDAD LATINA S.C.

INCORPORADA A LA UNAM
FACULTAD DE DERECHO

**“FRANQUICIAS VERSUS ECONOMÍA INFORMAL.
ÁMBITO LEGAL, FISCAL Y MACROECONÓMICO”**

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA
IRIA RIVERO CABRERA

ASESOR DE TESIS
LIC. MARÍA ANGÉLICA GONZÁLEZ LECHUGA

MÉXICO D.F., 2010.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD LATINA, S.C.
INCORPORADA A LA U.N.A.M.

México, Distrito Federal a 9 de marzo de 2010.

DRA. MARGARITA VELÁZQUEZ GUTIÉRREZ,
C. DIRECTORA GENERAL DE INCORPORACIÓN
Y REVALIDACIÓN DE ESTUDIOS, UNAM.
P R E S E N T E.

LA C. IRIA RIVERO CABRERA ha elaborado la tesis profesional titulada **"FRANQUICIAS VERSUS ECONOMÍA INFORMAL. ÁMBITO LEGAL, FISCAL Y MACROECONÓMICO"**, bajo la dirección de la Mtra. María Angélica González Lechuga, para obtener el Título de Licenciada en Derecho.

La alumna ha concluido la tesis de referencia, misma que llena a mi juicio los requisitos marcados en la Legislación Universitaria y en la normatividad escolar de la Universidad Latina para las tesis profesionales, por lo que otorgo la aprobación correspondiente para todos los efectos académicos correspondientes.

Atentamente
"PASIÓN POR TU FUTURO"


LIC. JOSÉ MANUEL ROMERO GUEVARA
DIRECTOR TÉCNICO DE LA LICENCIATURA
EN DERECHO.
CAMPUS SUR

JMRG/ISV 

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios que me ha permitido tener vida y poder concluir con este proyecto.

Deseo expresar mi agradecimiento a todas las personas que con sus virtudes han contribuido a realizar mi presente tesis.

**Fundamentalmente a mis amados padres
María Del Pilar y José Esteban
agradeciendo sus ejemplos
sacrificios, comprensión, amor y
consejos plenos de sabiduría.**

**A mis queridos hermanos;
Maribel, Yarel y Esteban,
por su cariño, estímulo y apoyo
que siempre me han otorgado.**

**Con especial agradecimiento y afecto
al Dr. Felipe Cruz Vega, por su apoyo invaluable
y guía entusiasta con sus sabios consejos;
de quién reconozco ha sido inspiración
y estímulo para mi dedicación al estudio.**

**Al Dr. Humberto y Sra. Mónica
a quienes estimo y agradezco
su amistad y su cariño.**

**Toda mi gratitud a mis respetables maestros,
quienes me condujeron a lo largo
de estos cinco años con la iluminación
de sus conocimientos,
y con apoyo total a mis estudios
y a esta tesis en particular.**

**A la Lic. María Angélica González Lechuga,
quién con tanta nobleza
aceptó ser mi asesora de tesis
y me ha guiado con sus doctas acotaciones
y adecuadas sugerencias.**

**Y con afecto y gratitud a los
Lic. Roberto Ibarra Zamorano
y Alfonso Carrera Medina,
fundadores de Turismo y Convenciones SA. de C.V,
quienes me han apoyado estupendamente
para concluir con mis estudios y
sobre todo con la tesis.**

FRANQUICIAS VERSUS ECONOMÍA INFORMAL. ÁMBITO LEGAL, FISCAL Y MACROECONÓMICO

ÍNDICE	
CAPÍTULO I FRANQUICIA	1
1.1. Antecedentes Históricos de la Franquicia.....	1
1.2. Estados Unidos	2
1.3. Primeros Sistemas de Franquicia.....	2
1.4. México.....	4
1.5. Qué es Franquicia.....	6
1.6. Definición de Franquicia.....	6
1.7. Concepto de Franquicia.....	12
1.8. Elementos básicos de la Franquicia	13
1.9. Características básicas de la Franquicia.....	13
1.10. Tipos de Franquicia.....	14
1.10.1 Sector de actividad.....	14
1.10.2 Estructura y mercado.....	15
1.10.3 Estructura y plan de expansión.....	18
1.10.4 Negocio.....	19
1.10.5 Grado y nivel de integración en la red.....	19
CAPÍTULO II MARCO LEGAL DEL CONTRATO DE FRANQUICIA	21
2.1. Teoría general del contrato.....	27
2.2. Contratos auxiliares	28
2.3. Circular de Oferta.....	29
2.4. Norma Mexicana de Franquicias.....	32
CAPÍTULO III CONTRATO DE FRANQUICIA	34
3.1. Concepto de contrato.....	34
3.2. Elementos de existencia y validez del contrato.....	35
3.3. Elementos personales, formales y reales.	37

3.4	Características del contrato.....	40
3.5	Registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.....	41
3.6	Derechos y Obligaciones.....	42
3.7	Franquiciante.....	43
3.8	Franquiciatario.....	45
3.9	Contenido del contrato.....	47
3.10	Proveedores.....	49
3.11	Terminación y causas de rescisión del contrato.....	49
CAPÍTULO IV ECONOMÍA INFORMAL.....		52
4.1	Antecedentes del término economía informal.....	52
4.2	Causas de origen de la economía informal.....	54
4.3	Definición de Economía informal.....	61
4.4	Características de la Economía informal	62
4.5	Mercado Laboral.....	65
4.6	Condiciones de empleo.....	65
4.7	Definición de Economía social.....	67
4.8	La economía informal en México.....	69
4.9	Economía informal y regulación.....	72
4.10	El mercado de trabajo en México.....	72
4.11	Economía informal y recaudación fiscal.....	73
4.12	Consecuencias de la economía informal.....	75
4.13	El trabajo formal versus el trabajo informal.....	76
4.14	Aspectos jurídicos y sociales.....	77
4.15	El papel del Gobierno Federal.....	78
4.16	Sistema de Administración Tributaria.....	79
4.17	Impuestos.....	80
4.18	Clasificación de los impuestos.....	82
4.19	Secretaría de Economía.....	85
4.20	Evasión Fiscal.....	85
4.21	Análisis Microeconómico.....	87

4.22	Análisis Macroeconómico.....	91
4.23	Acciones gubernamentales.....	94

CAPÍTULO V MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL

5.1	Tratado de Libre Comercio de América del Norte.....	95
5.2	Banco Mundial.....	97
5.3	Organización Internacional del Trabajo.....	98
5.4	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.....	101
5.5	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.....	104

PROPUESTAS	106
-------------------	-------	-----

CONCLUSIONES	I
---------------------	-------	---

BIBLIOGRAFÍA	III
---------------------	-------	-----

INTRODUCCIÓN

Debido al crecimiento económico y a la globalización mundial, la franquicia se ha convertido en la puerta fácil de muchos inversionistas, para ellos es más conveniente pagar por una marca que ya está bastante reconocida en el mercado, que iniciar un negocio propio, que con lleva a pérdidas de dinero, de tiempo y sobre todo no recuperan rápidamente su inversión.

En la actualidad existen impedimentos para los emprendedores de un negocio, se encuentran con la competencia de la economía informal, por así llamarlos a todas aquellas personas que se dedican al comercio informal, este tipo de negocios no pagan impuestos y no tienen obligaciones legales para con la sociedad.

Muchas personas hacen de su actividad diaria el comercio informal, porque ven la facilidad de obtener mayor utilidad sin pagar nada y, además no conocen los programas que hoy en día existen para realizar un negocio legalmente constituido.

En la actualidad el Contrato de Franquicia es un buen amigo para los empresarios de las PYMES. Actualmente se cuenta con suficiente apoyo por medio de la Secretaria de Economía y bancos.

Sin embargo considero que existe una gran falta de cultura sobre el tema de regularizar el comercio informal. Los consumidores piensan que al comprar en comercios informales realizan la gran venta de sus vidas, porque es a un precio inferior al que lo compran en una tienda legalmente establecida, sin pensar que la mercancía que están adquiriendo puede ser de procedencia ilegal y de otros países, además no cuenta con una garantía, como en un establecimiento y mucho menos con un cambio de la misma. Sin ponerse a

pensar que el comprar un producto de este tipo están obligando al empresario a despedir a un trabajador, porque la producción es mínima.

Al referirnos a economía informal no nada más hablamos de los puestos establecidos en las calles, sino también al vendedor de los semáforos, el limpiaparabrisas, el payasito que hace un show, al lustrabotas.

Actualmente existe la franquicia, la cual en los últimos años se ha considerado como un plan de expansión. También se puede considerar como una importante fuente de empleo y atractivo para los mexicanos, porque los productos que ofrecen la mayoría son exportados.

El comercio informal afecta la economía de México, porque evita que con ello se realice inversión de infraestructura y crezcamos como País. En cambio la franquicia representa un alto porcentaje en el ingreso de la economía en México.

La franquicia ayuda a tener un mayor número de exportaciones a distintos países y con esto ayuda a generar ingresos para México.

En México la mayor parte de sus establecimientos comerciales pertenecen a grandes e importantes franquicias nacionales como internacionales.

Hoy en día vemos que el Contrato de Franquicia abarca una gran diversidad de actividades comerciales.

La mayoría de la gente ve al Contrato de Franquicia como un gran negocio y la fácil introducción y distribución de productos en el mercado y con ello se

asegura la pronta recuperación de la inversión, por lo que representa la oportunidad de tener un negocio propio con estabilidad económica.

La franquicia se puede considerar como la explotación y aprovechamiento del conocimiento de alguna persona física o moral que ha conseguido un reconocimiento comercial destacable en el mercado. Dichos conocimientos pueden consistir en la creación de una marca, de un manual.

CAPÍTULO I

FRANQUICIA

1.1. Antecedentes históricos de la franquicia en el ámbito mundial¹

Al iniciar el estudio del Contrato de Franquicia lo primero que debemos de conocer de donde proviene el término franquicia, en donde fue su inicio y que es la franquicia, estos temas los desarrollaremos más adelante.

Sin embargo, al enunciar la franquicia nos damos cuenta que existe algo en la realidad, sentimos que se encuentra en la vida social. En la vida diaria se advierte la presencia de una marca, de un logo a través de sus diversas manifestaciones mercadológicas; continuamente hablamos y oímos de los nombres y de las marcas de los lugares a los que asistimos.

La palabra franquicia deriva del vocablo inglés franchise y del vocablo francés franchise que significa privilegio² o la concesión de una exención de materia de aranceles³.

La elaboración de los antecedentes históricos es de gran interés para la franquicia, porque le aportan datos relativos al desenvolvimiento de la misma en el tiempo y en el espacio.

Los antecedentes históricos de la franquicia se han desarrollado principalmente en Estados Unidos de América.

¹ DÍAZ BRAVO Arturo. Contratos Mercantiles. Ed. Oxford. México 2002, pp 115.

² **Privilegio:** Derecho de goce exclusivo durante plazo fijo de un procedimiento industrial o de una fabricación que se implante de nuevo en un país.

³ **Aranceles:** Es un impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. Pueden ser "*ad valorem*" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Los aranceles se emplean para obtener un ingreso gubernamental o para proteger a la industria nacional de la competencia de las importaciones. Impuesto o tarifa que grava los productos transferidos de un país a otro. El incremento de estas tarifas sobre los productos a importar elevan su precio y los hacen menos competitivos dentro del mercado del país que importa, tendiendo con esto a restringir su comercialización.

1.2. Estados Unidos de América

De manera formal la franquicia se originó en los Estados Unidos a mediados del Siglo XIX con el otorgamiento a particulares, por vía legislativa para la explotación⁴ de algunos servicios públicos, por ejemplo la explotación de ferrocarriles, bancos, lo que constituyeron un medio rápido para el desarrollo de servicios y sin utilización de dinero y fondos públicos⁵.

Un caso muy famoso que sucedió en Estados Unidos fue el de Fred De Luca⁶ quien abrió un negocio de sándwiches para pagar las colegiaturas de sus estudios, que 20 años más tarde en 1986 se convirtió en Subway Sandwiches & Salas, una importante franquicia estadounidense de comida rápida.

1.3. Primeros Sistemas de franquicias

Los primeros sistemas de franquicia se deben a Singer Sewing Machine Company, que cambió su estructura básica de funcionamiento, estableciendo la primera red de concesionarios/vendedores a quienes se les pedía una participación económica por el derecho de distribuir sus productos en territorios específicos⁷.

También sembró las bases del actual sistema de franquicias, siendo una Franquicia de Producto y Marca.

⁴ **Explotación:** Sacar utilidad de un negocio o industria en provecho propio.

⁵ **Fondos públicos:** Son aquéllos que pertenezcan a los entes públicos, por cuanto queda claro que aquellos valores que sean dados.

⁶ LEÓN TOVAR Soyla H. **Libro Contratos Mercantiles.** 3era. Impresión. Oxford University Press, México 2005. pp 675/676

⁷ **Territorios específicos:** Área o límite geográfico designado, otorgado al Franquiciatario de conformidad con los términos y condiciones de un Contrato de Franquicia.

En Norteamérica en 1865 inicio la utilización del sistema de franquicias por el sector privado, al finalizar la Guerra de Sucesión⁸, como forma de expansión de las actividades de los industriales del norte en colaboración con viajeros y comerciantes del sur y oeste.

La trascendencia que tuvo el sistema de franquicias y en ausencia de capital y de personal capacitado para desarrollar establecimientos las compañías manufactureras otorgaban derechos exclusivos de distribución a comerciantes independientes.

En 1929 se da el nacimiento del sistema de franquicias.

El mayor crecimiento de las franquicias se produjo después de la Segunda Guerra Mundial⁹.

Los diferentes factores sociales, económicos, políticos y legales fueron los que hicieron que el periodo de la posguerra¹⁰ fuera un clima propicio para el desarrollo de la franquicia. Una economía y población en crecimiento, crearon una rápida demanda de bienes y servicios, y una oportunidad para desarrollar nuevas empresas.

Después de la guerra, el regreso de miles de hombres ambiciosos con conocimientos básicos, con poca experiencia en la creación y dirección de empresas, pero con intenciones de establecer negocios propios y en

⁸ **Guerra de Sucesión:** Fue un conflicto internacional por la sucesión al trono de España tras la muerte de Carlos II, que duró 1701 hasta 1713, aunque la resistencia en Cataluña se mantuvo hasta 1714 y en Mallorca hasta 1715, y que se saldó con la instauración de la Casa de Borbón en España. Para este país fue a la vez una guerra civil entre borbónicos y austriacistas pertenecientes a los antiguos reinos hispánicos de Castilla y de la Corona de Aragón, cuyos últimos rescoldos no se extinguieron hasta 1744, con la capitulación de Mallorca ante las fuerzas de Felipe V.

⁹ **Segunda Guerra Mundial:** Fue el conflicto armado más grande y sangriento de la historia mundial, en el que se enfrentaron las Potencias Aliadas y las potencias del Eje, entre 1939 y 1945. Fuerzas armadas de más de setenta países participaron en combates aéreos, navales y terrestres. Por efecto de la guerra murió alrededor del 2% de la población mundial de la época (unos 60 millones de personas), siendo los civiles la mayoría de los fallecimientos. Como conflicto mundial comenzó el 1 de septiembre de 1939 para acabar oficialmente el 2 de septiembre de 1945.

¹⁰ **Posguerra:** Período de tiempo inmediatamente posterior a una guerra.

ocasiones estimulados por la facilidad de financiamiento que ofreció el Gobierno Norteamericano de la posguerra, contribuyó también a la consolidación¹¹ de la figura.

El sistema de franquicia ha permitido un cambio competente en los sistemas de distribución empresarial.

1.4. México

La historia de las franquicias en nuestro país ha traído innumerables conceptos de negocio que gracias a su originalidad y rentabilidad han podido pasar de ser modelos exitosos independientes a replicas perfectas que se extienden a lo largo y ancho de tierra azteca e incluso internacionalmente.

En 1986 durante el período presidencial del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado toma la decisión de ingresar al GATT¹² -revirtiendo la decisión tomada en 1979-, teniendo como propósito la consolidación de las relaciones multilaterales de comercio.

El comercio exterior de México muestra una situación radicalmente distinta hacia la década pasada; de hecho, a partir de ese año la maquila cobro un nuevo impulso, diversificándose y expandiéndose en la frontera norte del país alcanzando en 1989 un total de 1700 empresas, realizando operaciones por 12 mil millones de dólares y ocupando el 17% de la fuerza laboral del sector manufacturero, esto es, 450 mil trabajadores. Asimismo, el 80% de las fracciones arancelarias dejaron de estar sujetas a permisos previos; las tasas impositivas se integraron a cinco niveles -a diferencia de los 20 existentes en 1983- y el arancel promedio de la economía se estableció en un 9.5% frente al 16.4% de 1982. (BANAMEX y Banco de México, 1990)

¹¹ **Consolidación:** Combinación de dos o más empresas, lograda por la transferencia de los activos a una nueva corporación organizada con tales fines.

¹² **GATT:** Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio.

Con el ingreso de México al GATT, las empresas mexicanas recibieron su "primera llamada" a la apertura comercial y con ello el reclamo de fabricar productos de alta calidad y competitivos no solo a nivel nacional, sino incluso internacional.

En ese sentido, los objetivos específicos de nuestro país al ingresar al GATT fueron:

- a) Reestructurar la producción,
- b) Regular su intercambio, en tanto que la mayoría de las exportaciones mexicanas van a los Estados Unidos, que es miembro del GATT y, por lo mismo, aplica todas las normas regulatorias del mismo, y
- c) Elevar el rendimiento de su comercio exterior y el volumen de las exportaciones.

No obstante la magnitud de estas medidas, persiste la exigencia de que México salga al encuentro de nuevos caminos para encauzar un proceso de desarrollo sostenido y responder a las demandas de empleo y bienestar de la población. De hecho, un camino alternativo ha sido la firma del Acuerdo de Libre Comercio con los países de América del Norte y otros acuerdos comerciales con países latinoamericanos. Aunque es bien sabido que entre los países firmantes del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica existen muchísimas diferencias, éstas no deben ser un obstáculo, sino más bien sujeto de negociaciones para un beneficio compartido y equilibrado.

En México las primeras franquicias que llegaron fue McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Bing y Howard Johnson en 1985.

McDonald's abrió su primer restaurante en la zona de Perisur, trayendo a nuestro país innovaciones en el concepto de negocio tradicional¹³ como la contratación por hora, mercadotecnia agresiva¹⁴ y un producto con un alto nivel de estandarización¹⁵.

A finales de los años ochenta otras marcas llegaron a México. Tal fue el caso de Domino's Pizza y Howard Johnson, quienes utilizaron un modelo diferente al de McDonald's para su ingreso al país. En el caso de esta última, la empresa estableció, junto con socios mexicanos, una oficina propia en nuestro país. Las otras dos marcas entraron en base a contratos de Franquicia Maestra, es decir, un grupo mexicano adquirió los derechos exclusivos de comercializar las marcas en México.

Las primeras Franquicias mexicanas fueron Hawaiian Paradise proveniente de Durango en 1993 y Michel Domit en 1980 MakFreeze en 1991. Hoy en día aproximadamente el 58% de las Franquicias actuales son cien por ciento mexicanas y algunas como Taco Inn están incursionando en el mercado Chino introduciendo comida rápida típica mexicana¹⁶.

A principios de 1989 ante la necesidad de dar una formalidad a un esquema de negocios que aún no era legislado, pero cada vez se hacía más común, un grupo de empresarios funda la Asociación Mexicana de Franquicias¹⁷, con el firme propósito de dar un impulso a este modelo comercial y promover la correcta regulación del mismo.

¹³ **Negocio tradicional:** Es el negocio donde uno invierte una gran suma de dinero para un emprendimiento a riesgo propio (como una industria, un comercio, etc.) sólo para comenzar existe una barrera de entrada: el capital de inversión.

¹⁴ **Mercadotecnia agresiva:** Suele costar más que la mercadotecnia defensiva por que requiere de mucho esfuerzo y costos para inducir a los clientes a que cambien a sus proveedores actuales.

¹⁵ **Estandarización:** Es la creación de esquemas operacionales y controles tecnológicos y que necesariamente deberán instrumentarse para lograr uniformidad en las operaciones.

¹⁶ <http://www.franquiciasenmexico.com.mx/historia-franquicias-mexicanas.htm>, consultada el día 02 de enero de 2009. 17:01 hrs.

¹⁷ **Asociación Mexicana de Franquicia:** Organización dedicada a difundir, promover y desarrollar la figura más exitosa de negocios del mundo, en México.

En el año de 1990 el Reglamento de la Ley de Transferencia de Tecnología incluyó en su texto una definición del Contrato de Franquicia definiéndolo: “Aquél en que un mismo instrumento se licencia¹⁸ el uso de una marca y se transfieren conocimientos técnicos¹⁹ para la operación de un establecimiento, de acuerdo a métodos uniformes”.²⁰

Cabe señalar que conjuntamente con el nacimiento de las franquicias a la vida legal en México se abrogan la Ley de Invenciones y Marcas de 1976 y la Ley sobre el Control y Registro de Transferencia de Tecnología y Uso de Explotación de Patentes y Marcas y su reglamento de 1982 y 1990 respectivamente.²¹

El término franquicia en México es relativamente joven. La franquicia existe como figura legal en México desde 1991, pero es hasta diciembre de 1994 en que se aprueba la primera legislación que regula los elementos que debe de reunir una empresa para convertirse en una franquicia.²²

Su crecimiento del sector ha sido impresionante tanto en ingresos como en empleos.

Actualmente se cuenta con 550 marcas existentes, el 5% son seudofranquicias. Las seudofranquicias son negocios que no cumplen con el apartado legal y comercial, como por ejemplo el registro de una marca. En otras palabras, ésta fórmula es la que engaña deliberadamente al Franquiciatario o inversor porque ni siquiera tiene infraestructura real para existir y mucho menos para franquiciar.

¹⁸ **Licencia:** Concesión de autorizaciones a una persona o empresa para realizar una determinada función.

¹⁹ **Conocimientos técnicos:** Habilidad y pericia (aptitudes o habilidades adquiridas a través del estudio o la experiencia de una disciplina).

²⁰ TOCATLI FEHER, Ferenz. GALLÁSTEGUI, Juan Manuel. **LAS FRANQUICIAS, UN EFECTO DE LA GLOBALIZACION**. Ed. Mc Graw-Hill. México. 2001. P. 4.

²¹ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/tanus_n_j/capitulo3.pdf. consultada el día 03 de noviembre de 2008 20:40 hrs.

²² <http://www.franquiciaenlinea.com/section/936.html> consultada el día 03 de noviembre de 2008 20:45 hrs.

²³Cabe destacar, que de acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Franquicias con los apoyos otorgados en 3 meses de operación del Programa en la modalidad de desarrollo de nuevas franquicias, se logró establecer la base para que el sector crezca un 16% una vez terminados los 81 desarrollos de nuevas franquicias a partir de las 500 Franquiciantes.

Según la Asociación Mexicana de Franquicias organismo representativo que agremia a las empresas más importantes del sector, el 95% de los negocios operados bajo este sistema sobreviven por lo menos 5 años y el 98% de estos, llegan a cumplir 15 años de operación a diferencia del modelo tradicional.

La facturación en México de este sector es de aproximadamente 85 mil millones de pesos anuales y da empleo directo a más de 500,000 personas. Conforme a estos mismos datos, el sector mantuvo la tendencia de años anteriores, creciendo en el año 2007 el 14%. Para lograr que este potencial de las franquicias se materialice, es necesario que se impulse a este sector mediante apoyos específicos claramente orientados a la utilización de estos modelos exitosos.

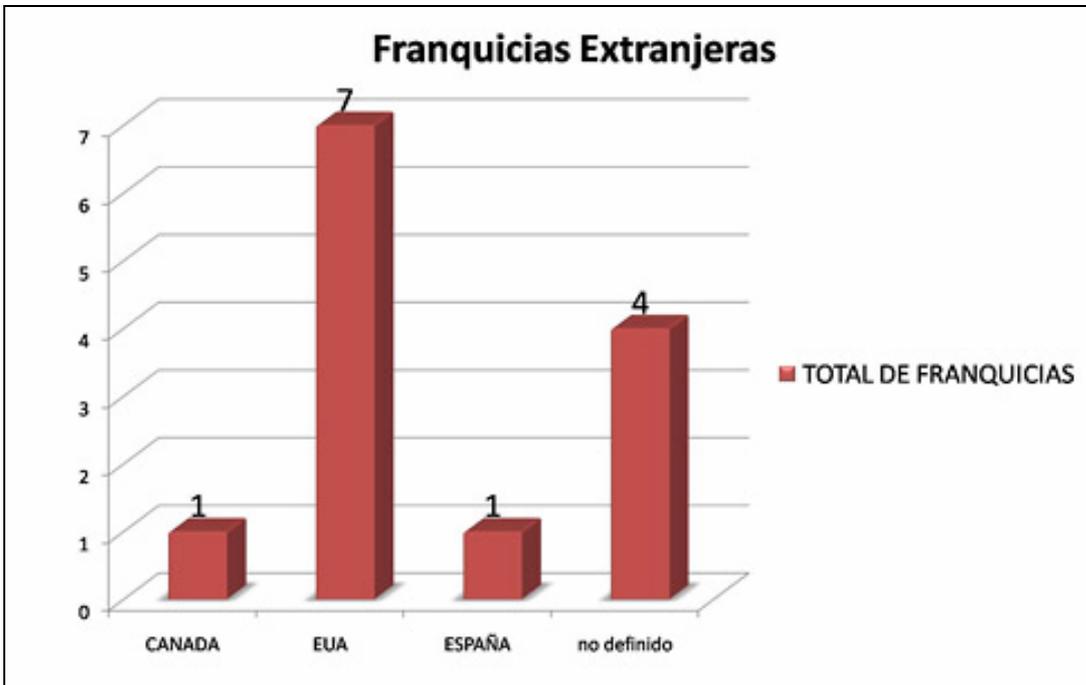
Asimismo, la distribución según la AMF de las franquicias en México es la siguiente: Distrito Federal 44%, noreste 21%, occidente 21% y 14% el resto del país.

Las cifras más significativas del sector se pueden apreciar a continuación:

²³ <http://www.franquiciademexico.org/index.php?idsec=22>, consultada 2 de febrero de 2010, 11:07 hrs.



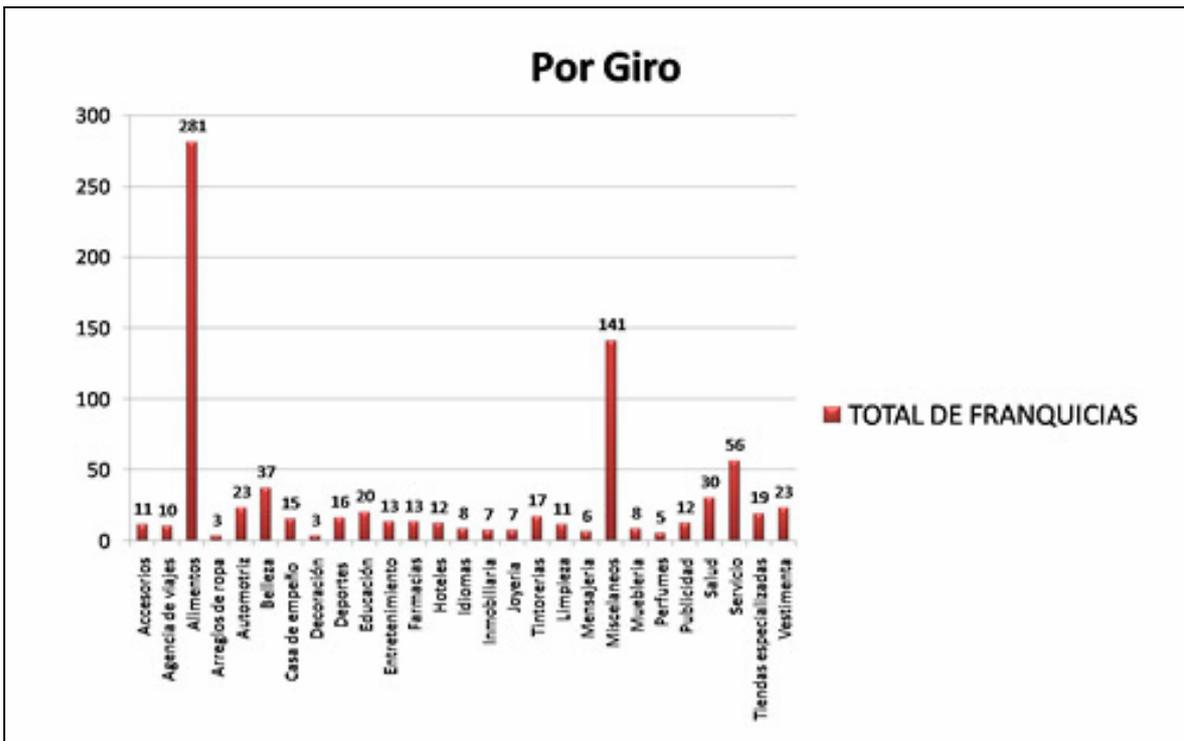
24



25

²⁴ <http://www.franquiciasdemexico.org/index.php?idsec=22> visitada 2 de febrero de 2010, 11:28 hrs.

²⁵ <http://www.franquiciasdemexico.org/index.php?idsec=22> visitada 2 de febrero de 2010, 11:28 hrs.



26

Las franquicias abren la puerta al crecimiento y a la consolidación de los negocios y ofrecen el potencial de globalizarse, a la vez que constituye una forma poco arriesgada para un inversor que tenga su propia empresa.

1.5. Qué es Franquicia

Gramaticalmente se entiende por franquicia “exención²⁷ determinada por las leyes o reglamentos, en materia de derechos, tasas o impuestos. Contrato por el que un comerciante pone a disposición de otro comerciante sus conocimientos, su marca, su organización y su imagen publicitaria²⁸ a

²⁶ <http://www.franquiciasdemexico.org/index.php?idsec=22>, visitada 2 de febrero de 2010, 11:28 hrs.

²⁷ **Excención:** Bonificación fiscal a favor del sujeto pasivo que priva de eficiencia a la realización del hecho imponible de un tributo cuando se dan determinados supuestos fijados por la Ley.

²⁸ **Imagen publicitaria:** El objetivo es el vender un producto creando una imagen para este, en vez de enfocarse en los atributos del mismo.

cambio de una remuneración económica, fija o variable en función de la cifra de negocios realizada por el comerciante que recibe la franquicia”.²⁹

1.6. Definición de Franquicia

La franquicia a través de la historia, ha sido definida de distintas maneras por diversos autores;

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define a la franquicia como la concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada. También señala que la franquicia es la libertad y exención que se concede a una persona para no pagar derechos por las mercaderías³⁰ que introduce o extrae o por el aprovechamiento de algún servicio público.³¹ Es muy corta su definición y no podríamos evaluar el alcance de esta figura jurídica.

El Diccionario de Derecho considera que la franquicia es la extensión concedida a una persona para no pagar impuestos (especialmente con relación al comercio exterior) o derechos fiscales por prestación de determinados servicios.³²

Para la Asociación Internacional de Franquicias, existirá franquicia cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o proporcione asistencia técnica³³ para que la persona a la que se le conceda pueda producir, vender bienes, o prestar servicios de manera

²⁹ Diccionario El Pequeño Larousse, México, 2003. Pp 463.

³⁰ **Mercaderías:** Mercancías.

³¹ Diccionario de la Lengua Española, **Tomo I Real Academia de la Lengua Española**, España, 1984, p. 658.

³² DE PINA Rafael. DE PINA VARA Rafael. **Diccionario de Derecho.** 34ª. Edición Editorial Porrúa. México 2005.

³³ **Asistencia técnica:** De acuerdo al autor Arce Gargollo Javier es un flujo continuo de instrucciones, directivas o consejos suministrados en la medida en que son requeridos para la conducción u operación de un proceso determinado..

uniforme y con los métodos operativos³⁴, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o socios a los que esta distingue".

Para la Cámara Peruana de Franquicias³⁵, la franquicia es un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios, en la cual una persona -natural o jurídica- concede a otra por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial.

La franquicia, además de otorgar la licencia para el uso y explotación exclusiva de su marca comercial, el Franquiciante le transmite al franquiciado una gama de conocimientos y experiencias que le permiten a este último llevar a cabo la operación eficaz del negocio de forma uniforme con métodos comerciales y administrativos probados en diferentes mercados.

Según Meyer, H. en su libro titulado "Marketing ventas al por menor", define a las franquicias, concesiones o licencias, como un acuerdo contractual³⁶ mediante el cual es una compañía matriz (franquiciadora) le concede a una pequeña compañía a un individuo (franquiciador) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas.

La Ley de la propiedad Industrial³⁷ define a la franquicia como una técnica de desarrollo que permite a una empresa, el Franquiciante, dar en licencia

³⁴ **Métodos operativos:** Conjunto de lineamientos que sugieren el modo en que un Franquiciatario debe operar el negocio franquiciado. Se aplica a todos los aspectos del negocio, inclusive los procedimientos comerciales generales, no sólo los específicos del negocio franquiciado.

³⁵ **Cámara Peruana de Franquicias:** Asociación Civil sin fines de lucro, con el convencimiento de las bondades de este sistema de crecimiento empresarial y la necesidad de que el empresariado nacional no permanezca ajeno a las bondades de este formato

³⁶ **Acuerdo contractual:** Un negocio conjunto es un acuerdo contractual por virtud del cual dos o más participantes emprenden una actividad económica que se somete a control conjunto.

³⁷ La Ley de la Propiedad Industrial tiene como sustento a las creaciones de tipo técnicos tales como producto nuevo, una mejora, un diseño original, un proceso de fabricación novedoso y a los signos de bienes y servicios en el mercado.

un conjunto de derechos de propiedad industrial³⁸ relativos a marcas, nombres comerciales, enseñas comerciales, modelos de utilidad, diseños, Know How³⁹; a una tercera persona, sea natural o jurídica, con el objeto de obtener rendimientos económicos de la reventa de productos o la prestación de servicios a usuarios finales.

Becerra⁴⁰ define a la franquicia como un convenio contractual⁴¹ entre dos personas naturales o jurídicas, en el cual, una de las partes (Franquiciador) otorga o cede, bajo determinadas condiciones, a la otra parte (Franquiciado), los derechos de uso de su marca, logotipo⁴², así como su saber hacer, para la fabricación o comercialización de un producto, o la prestación de un servicio, a cambio de un pago inicial⁴³ de asociación y consecutivos pagos en relación al volumen de ventas del Franquiciado.

³⁸ **Propiedad Industrial:** La propiedad industrial es un conjunto de derechos que puede poseer una persona física o jurídica sobre una invención (patente, modelo de utilidad, topografía de productos semiconductores, certificados complementarios de protección de medicamentos y productos fitosanitarios), un diseño industrial, un signo distintivo (marca o nombre comercial) etc.

³⁹ **Know How:** Transmisión de conocimientos.

⁴⁰ Citado por Sandra Lynn Christianson en Franquicias <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/franquiciasLynn.htm> consultada el día 18 de octubre de 2008. 15:00hrs.

⁴¹ **Convenio contractual:** El acuerdo contractual puede manifestarse de diferentes maneras, por ejemplo, mediante un contrato entre los partícipes o mediante las actas de las reuniones mantenidas entre ellos. En algunos casos, el acuerdo se incorpora a los estatutos u otros reglamentos del negocio conjunto. Cualquiera que sea la forma, el acuerdo contractual se realiza generalmente por escrito, y trata cuestiones tales como las siguientes: la actividad, duración temporal y obligaciones de informar del negocio conjunto; el nombramiento del órgano de administración u órgano de gobierno equivalente del negocio conjunto, así como los derechos de voto de los partícipes; las aportaciones al capital hechas por los partícipes; y el reparto entre los partícipes de la producción, los ingresos, los gastos o los resultados del negocio conjunto. El acuerdo contractual establece un control común sobre el negocio conjunto.

⁴² **Logotipo:** Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse. Los logotipos suele encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.

⁴³ **Pago inicial:** Nos referimos al pago por el otorgamiento de una franquicia, este concepto de pago no está regulado específicamente en nuestra legislación sino simplemente son prácticas comerciales que se utilizan en la celebración de este tipo de contratos, los precios están dados en base a la oferta y la demanda, en función al prestigio de la marca, su tiempo en el mercado, su impacto en el mercado, entre otros.

Bermejo⁴⁴ conceptualiza a la franquicia como un sistema de comercialización de productos y/o servicios y/o tecnologías basado en una colaboración estrecha y continua entre empresas jurídicas y financieramente distintas e independientes, el Franquiciador y sus Franquiciados, en la cual el Franquiciador otorga a sus Franquiciados el derecho, e impone la obligación de explotar una empresa de conformidad con el concepto del Franquiciador. El derecho otorgado autoriza y obliga al franquiciado, a cambio de una contribución⁴⁵ directa o indirecta, a utilizar el distintivo y/o marca de productos y/o de servicios, el “saber hacer” y demás derechos de propiedad intelectual, sostenido por la prestación continua de asistencia comercial y/o técnica, dentro del marco y por la duración del Contrato de Franquicia escrito, establecido entre las partes, a tal efecto.

Sanzana⁴⁶ define a la franquicia como el otorgamiento⁴⁷ de un derecho para trabajar una marca de éxito, lo que incluye además la entrega de información necesaria para comenzar a operar dicha marca o producto en un determinado lugar.

Otro concepto señala que la actividad comercial⁴⁸ en régimen de franquicia es aquella que se realiza en virtud de un contrato por el cual una empresa,

⁴⁴ Manuel Bermejo: **Claves de éxito en la gestión de franquicias**, Instituto de Empresa http://www.escuelaing.edu.co/consulta/foro/franquicia_01.pdf 15 de octubre de 2008, 11.15 hrs.

⁴⁵ **Contribución:** Clase de tributo cuya base para gravarlo es la obtención por el sujeto pasivo (ciudadano receptor) de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos. La actividad administrativa se dirige a satisfacer necesidades públicas de la comunidad, considerada como un todo, pero a veces, de un modo indirecto y por un efecto reflejo, beneficia sin proponérselo a determinados individuos y entonces puede exigírseles su financiación, total o parcial, por medio de contribuciones especiales.

⁴⁶ William Sanzana: Las marcas que llegan.

http://www.chile.com/tpl/articulo/detalle/ver.tpl?cod_articulo=71418 consultada el día 20 de octubre de 2008. 13:45 hrs.

⁴⁷ **Otorgamiento:** Acto por el que las partes que intervienen en un negocio jurídico prestan su consentimiento a la formalización del correspondiente documento, redactado por sí o por Notario.

⁴⁸ **Actividad comercial:** Acto de contenido económico que procura, directa o indirectamente, actual o próximamente, la obtención de ganancias para provecho propio. Su contenido está definido por el Código de Comercio y normas afines. Si bien típicamente alude a la compra y posterior venta de mercaderías procurando obtener un lucro en provecho propio, su contenido fáctico es más amplio.

el franquiciador, cede a otra, el franquiciado, a cambio de una contraprestación⁴⁹ financiera directa o indirecta, el derecho a la explotación de una franquicia para comercializar determinados tipos de productos o servicios.⁵⁰

La Federación Europea de Franquicia⁵¹ la define como un sistema de comercialización de productos y/o servicios y/o tecnologías, basada en una estrecha y continua colaboración entre empresas jurídica y financieramente distintas e independientes, el Franquiciador y sus Franquiciados, en el que el Franquiciador dispone el derecho e impone a sus Franquiciados la obligación de explotar una empresa de acuerdo con sus conceptos. El derecho así concedido autoriza y obliga al Franquiciado, a cambio de una aportación económica, directa o indirecta, a utilizar la marca de productos y/o servicios, el "know how" (saber hacer) y otros derechos de propiedad intelectual, ayudado por la continua asistencia comercial y/o técnica, en el marco de un Contrato de Franquicia escrito suscrito por las partes a este efecto.

Se trata de un método⁵² de colaboración contractual entre dos empresas jurídica y económicamente independientes en virtud de la cual, una de ellas (empresa franquiciadora o franquiciador), que es titular de determinada marca, patente.

⁴⁹ **Contraprestación:** El precio pactado, adicionado con las cantidades que además se carguen o cobren al adquirente del bien o al prestatario del servicio por intereses normales o moratorios, penas convencionales o cualquier otro concepto distinto de impuestos. A falta de precio pactado o cuando éste se determine en cantidad "cero" se estará al valor que los bienes o servicios tengan en el mercado, o en su defecto al de avalúo.

⁵⁰ Catalina Merino Gabeiras: Aspectos más relevantes del Real Decreto 2485/2000, de 13 de noviembre, de regulación del régimen de franquicia, y de creación del Registro de franquiciadores (<http://www.injef.com/revista/empresarios/regfranq.htm>). Consultada el día 15 de noviembre de 2008 a las 15:35 hrs.

⁵¹ <http://www.franquiciadores.com/legislacion.asp?mn=legislacion>

⁵² **Método:** Del griego *metha* (más allá) y *odos* (camino), significa literalmente camino o vía para llegar más lejos; hace referencia al medio para llegar a un fin. En su significado original esta palabra nos indica que el camino conduce a un lugar.

En relación con estas definiciones, podemos señalar que en su conjunto estos autores coinciden en manifestar a la franquicia como un contrato de uso, de explotación negocio en el cual se usa el nombre o el conocimiento de otra persona para producir y comercializar a cambio de una remuneración económica durante cierto tiempo.

1.7. Concepto de Franquicia

Según Phillip Kothler en su libro “Dirección de la Mercadotecnia” establece el concepto de franquicia como un convenio con el concesionario⁵³ en el mercado extranjero, ofreciéndole el derecho de utilizar el proceso de fabricación, la marca, la patente, el secreto comercial⁵⁴ y otros puntos de valor a cambio de honorarios⁵⁵ o regalías.⁵⁶

De acuerdo al Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)⁵⁷ una operación de franquicia es una relación contractual entre un Franquiciante y un franquiciado en la que el primero ofrece mantener un interés continuo en el negocio del segundo, respecto a áreas tales como know how y entrenamiento, en tanto el franquiciado opera

⁵³ **Concesionario:** Encargada de la distribución de un producto o servicio que ha sido elaborado por otra persona.

⁵⁴ **Secreto comercial:** También conocido como producto o servicio de propiedad exclusiva. Información en poder del Franquiciante que es revelada al Franquiciario en la transacción de la franquicia. Los secretos comerciales o industriales pueden tomar la forma de procedimientos de fabricación u operativos, una fórmula para mezclar ingredientes para preparar alimentos o el clásico listado de clientes. Las disposiciones legales apropiadas que figuran en el Contrato de Franquicia, como un convenio de no competencia, son importantes para proteger estos secretos comerciales o industriales.

⁵⁵ **Honorarios:** Modalidad de pago o remuneración que recibe un profesionista o trabajador independiente que es contratado temporalmente, lo cual no implica pago de cuotas de tipo sindical, ni prestaciones por parte del derecho de antigüedad, al IMSS o ISSSTE. Remuneración que se cobra o se paga, en compensación de uno o varios servicios profesionales. Recursos percibidos por la prestación de un servicio personal independiente; los ingresos por la prestación de un servicio personal independiente los obtiene en su totalidad quien presta el servicio.

⁵⁶ KOTHLER, Phillip. **Dirección de la Mercadotecnia.** Ed. Prentice Hall. México 2000. pp 42.

⁵⁷ **UNIDROIT** (Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado) es una organización intergubernamental independiente con sede en Roma. Su finalidad es el examen de las vías y los métodos para la modernización, la armonización y la coordinación del derecho privado, en particular del derecho comercial entre los Estados y grupos de Estados.

bajo un patrón establecido o controlado por el Franquiciante, haciendo aquél una inversión financiera sustancial con sus propios recursos y en su propio negocio.⁵⁸

1.8. Elementos básicos de la Franquicia

Los elementos básicos de la franquicia que nos ayudan a determinar si en realidad el negocio es una franquicia son:

1. Utilización de una marca o nombre registrado. Los nombres y marcas registradas son un activo⁵⁹ muy importante en las empresas franquiciadoras, que son cedidas al Franquiciatario.
2. Pago de derechos. El pago es la cantidad de entrada o mensualmente, ciertas aportaciones para publicidad, o cualquier otro pago establecido contractualmente.
3. Suministro de servicios.
4. Propiedad diferente.

1.9. Características básicas de la Franquicia⁶⁰

Cuando una empresa permite a otra persona usar su nombre, su imagen corporativa⁶¹ y su modelo de negocio para obtener un ingreso, existe una franquicia. La empresa propietaria se denomina franquiciador mientras que el inversionista adquiere la utilización de esos activos durante un tiempo determinado y en unas condiciones concretas se le conoce como Franquiciatario.⁶²

⁵⁸ Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)

⁵⁹ **Activo:** Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad

⁶⁰ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/tanus_n_j/capitulo_3.html#. Visitada el 20 de noviembre de 2008. 20:57 hrs.

⁶¹ **Imagen corporativa:** Es la cara externa de una empresa, incluye la marca y el logotipo, debe estar perfectamente identificada y registrada ya que por ella nos identificarán nuestros clientes y proveedores.

⁶² ESPALIAT CANU, Mauricio. ESPALIAT PLANAS, Patricia. **Franquicia: Una alternativa de trabajo Independiente.** Ed. Windsor, Madrid 2002. p 2.

El sistema de franquicia es la parte importante de la franquicia el cual se sustenta en tres características:

1. Una marca⁶³ de éxito
2. Un know-how
3. Una asistencia técnica

1.10 Tipos de Franquicia

A lo largo de esta información hemos percibido que el Contrato de Franquicia tiene una gran variedad de actividades comerciales, como consecuencia se ha realizado una clasificación formal y práctica.

1.10.1. Las Franquicias se dividen de acuerdo al sector de actividad:

- 1) **Franquicia de Producción:** El Franquiciante es el propietario de la marca y el fabricante de los productos que distribuyen sus franquiciados.
- 2) **Franquicia de Servicios:** El Franquiciante ofrece a los franquiciados una fórmula original, específica, y diferenciada de prestación de servicios al usuario, aquella que tiene como objeto el prestar un servicio al cliente final, como franquicias de escuela de idiomas o alguna otra capacitación, franquicias dedicadas al mantenimiento de autos, franquicias que ofrecen el servicio de traducciones, etc.
- 3) **Franquicia de Distribución:** El Franquiciante, aparte de otorgar el nombre de la marca, le vende a sus franquiciados todos los productos que ellos deben ofrecer en los puntos de venta de la red. El Franquiciante puede ser el fabricante y el franquiciado un detallista, o el Franquiciante es un mayorista, y el franquiciado un

⁶³ **Marca:** La Ley de la Propiedad Industrial en su artículo 88 la dice: “se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma clase en el mercado”.

minorista. En el caso de un Franquiciante mayorista, éste puede seleccionar y adquirir los productos para la distribución directa por sus franquiciados, o puede elaborar un catálogo de productos para los puntos de venta, especificando proveedores⁶⁴ a los cuales el franquiciado debe dirigirse para hacer sus compras directas. En este formato, en lugar de cobrar un porcentaje de regalías, el franquiciante obliga o impone al franquiciado la compra del producto o de la mercancía.

4) **Franquicia de Conversión:** Se caracteriza por que la empresa Franquiciante compra negocios que operan en el mismo giro comercial, pero bajo marcas o denominación comercial⁶⁵ distinta, logrando que éstos se agrupen con ellos bajo sus parámetros. Este tipo de franquicia permite captar rápidamente franquiciados con experiencia y conocedores del mercado⁶⁶, lo que lo ha hecho muy exitoso en negocios como ferreterías, farmacias, hoteles, gasolineras, etc.

1.10.2. Las Franquicias también se dividen de acuerdo a su estructura y su mercado⁶⁷

a) **Franquicia Individual:** Se le da a una persona con un contrato específico.

⁶⁴ **Proveedores** Persona física o jurídica que suministra un bien o servicio. Es el que suministra un producto o servicio a un tercero, tratándose de productos, el que recibe producto podrá consumirlo o revenderlo posteriormente.

⁶⁵ **Denominación comercial:** Sirve para distinguir un establecimiento industrial, comercial o de servicios, dentro de la zona geográfica donde se encuentra establecida su clientela efectiva. Este tipo de denominaciones comerciales pueden y deben ser publicadas en la gaceta de la propiedad industrial editada por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con lo cual se establece la presunción de buena fe en la adopción y uso del nombre comercial, además de que se asegura no estar invadiendo Derechos de Propiedad Industrial que pertenecen a Terceros.

⁶⁶ **Mercado:** Lugar o espacio económico, definido por un bien, servicio o capital, por el encuentro del conjunto de las ofertas de vendedores y de las demandas de compradores que se ajustan a cierto precio. Es una manera de confrontación de oferta y demanda para el intercambio de productos, servicios o capitales.

⁶⁷ http://www.trabajo.com.mx/tipos_de_franquicia.htm. visitada el día 30 de octubre de 2008. 12:24 hrs.

- b) **Franquicia Múltiple:** Se le da a una persona en un determinado territorio para que abra una cantidad de unidades en cierto tiempo.⁶⁸
- c) **Franquicia Regional:** Se le otorga a una persona en toda una región y si funciona se le da más.
- d) **Franquicia Maestra Internacional:** Se refiere cuando un corporativo traslada una franquicia de un país a otro para que pueda ser explotada y utilizada en todo un territorio.
- e) **Franquicia de Industria:** Es cuando el franquiciador cede al franquiciado el derecho de fabricación, la tecnología, la comercialización de los productos, la marca, los procedimientos administrativos y de gestión y las técnicas de venta, por ejemplo, las franquicias de comida.
- f) **Franquicia de Corner**⁶⁹: Es una franquicia en la cual la actividad se desarrolla en un espacio específico y aparte; y al mismo tiempo dentro de una superficie mayor, como puede ser dentro de unos almacenes, como ejemplo podemos citar una franquicia de venta de relojes. Son franquicias que se instalan en una zona del local⁷⁰ de otro comercio cuando existe una afinidad entre la franquicia y el negocio original.

Esta franquicia tiene la ventaja de que comparte gastos con el local principal y por tanto genera menos costos, de agua, luz, local, etc y se aprovecha del flujo de gente del negocio principal.

⁶⁸ idem

⁶⁹ **Corner:** Se trata de una franquicia que se sitúa dentro de un establecimiento comercial. El corner ocupa parte del establecimiento y, en su espacio se venden los productos y/o servicios del franquiciador, según las pautas que dicte.

⁷⁰ **Local:** Espacio en que se lleva a cabo la actividad comercial. El Franquiciante establece los lineamientos en cuanto a las dimensiones características de ubicación e imagen del mismo.

- g) **Shop In Shop:** Es una franquicia de corner en la que se recrea la decoración y el ambiente de cualquier otro establecimiento integrado en la cadena.
- h) **Franquicia de Distribución o de Producto:** Es aquella franquicia que tiene como objeto la distribución de producto o productos tanto para cuando el franquiciador es el fabricante como para cuando este actúa como central de compras. Por ejemplo franquicias de ropa, de muebles, etc.
- i) **Franquicia Comercial:** Es aquella en la cual el franquiciador cede a sus franquiciados, todos los elementos necesarios que le permitan la venta de productos o servicios al consumidor final, por ejemplo la franquicias de teléfonos celulares, tiendas de regalos, restaurantes, cafés, agencias de viajes.
- j) **Franquicia Financiera:** Es una franquicia poco común e ideal para aquellos negocios donde el monto inicial a invertir es demasiado alto, o bien cuando el Franquiciante entiende que no debe dejar en manos del Franquiciatario la administración del negocio, es decir, el Franquiciatario no maneja la unidad directamente, sino que sólo aporta capital en calidad de inversionista bajo la garantía⁷¹ de un excelente manejo del negocio, un atractivo retorno de la inversión y rentabilidad.

⁷¹ **Garantía:** Es un negocio jurídico mediante el cual se pretende dotar de una mayor seguridad al cumplimiento de una obligación o pago de una deuda. Las garantías son muy importantes para los consumidores. Permiten tener la certeza de que, en caso de vicios o defectos que afecten el correcto funcionamiento del producto, los responsables se harán cargo de su reparación para que la cosa vuelva a reunir las condiciones óptimas de uso.

1.10.3. Las Franquicias también se pueden clasificar, de acuerdo a su estructura y plan de expansión en cada región, estas variables son:

1. **Franquicia Múltiple:** Se le da a una persona en un determinado territorio para que abra cierta cantidad de unidades en un tiempo estipulado.
2. **Franquicia Regional:** Se le otorga a una persona el desarrollo de la franquicia en toda una región.
3. **Franquicia Maestra:** Es el contrato mediante el cual una empresa o marca le otorga al franquiciado, exclusividad en un territorio determinado, asignándole la atribución de sub franquiciar el negocio a terceros interesados en ese territorio. Es común encontrar esta estrategia en las grandes corporaciones, las cuales utilizan este sistema para crecer en otros países. Por ejemplo, McDonald's Corporation otorgó la franquicia maestra en Argentina a la firma Arcos Dorados, ésta a su vez comenzó a subfranquiciar en América Latina.
4. **Master-franquicia:** El acuerdo de Master⁷² Franquicia suele utilizarse en el ámbito de la expansión internacional de la franquicia aunque no es exclusivo del mismo. Consiste en que el franquiciador original vende los derechos de su franquicia para que la desarrolle un tercero en otro país o en una determinada región lo suficientemente amplia de un país.

El master-franquiciado se transforma en el directo responsable del desarrollo de la franquicia y de la representación del franquiciador de forma exclusiva en ese país o territorio. Además será quien se

⁷² **Acuerdo Master:** Acuerdo Principal Maestro que un Revendedor que se registra debe aceptar. Aparte de éste Acuerdo Maestro, el deberá en forma separada acordar los términos y condiciones para cada Producto que desee revender.

encargue de seleccionar a los franquiciados y cuidar del funcionamiento de la red de franquicia.

5. **Franquicias de Conversión:** En este sistema, el Franquiciante capta negocios que operan en el mismo giro comercial, pero con marcas o denominaciones distintas, logrando así, que éstos se agrupen y estructuren bajo sus mismos parámetros.

6. **Franquicia Unitaria**⁷³. En este caso el Franquiciatario hace la inversión y maneja directamente el negocio.

1.10.4. El mundo de las Franquicias es extenso y con diversas variables que hacen la diferencia entre un negocio y otro.⁷⁴

- I. **Plurifranquicias:** El franquiciado gestiona franquicias diferentes que normalmente suelen ser complementarias y no competitivas. Se trata del caso de franquiciados que asumen la explotación de distintos puntos de venta de distintas cadenas de franquicias.⁷⁵
- II. **Multifranquicia:** El franquiciado tiene más de un establecimiento del mismo franquiciador, y le corresponde un área determinada en la que puede abrir el número de establecimientos que estime convenientes.

1.10.5. Las Franquicias también se pueden clasificar según el grado y nivel de integración en la red.⁷⁶

- a) **Franquicia Asociativa:** Es cuando el franquiciado participa en el capital de la empresa Franquiciante, o cuando el Franquiciante es

⁷³ **Franquicia unitaria:** Franquiciante y Franquiciatario asumen derechos y obligaciones para la operación de una unidad integrante de una red o sistema de franquicias.

⁷⁴ http://www.franquiciasynegocios.com.mx/articulos.php?id_sec=5&id_art=56 visitada 30 de octubre de 2008 12:30 hrs.

⁷⁵ <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpyEFFyyluJcjouqCd.php>

⁷⁶ <http://www.monografias.com/trabajos/franchising/franchising.shtml> visitada 11 de noviembre de 2008 a las 15:49 hrs.

propietario, en parte, del negocio franquiciado. Lo primero puede ocurrir cuando la empresa Franquiciante se cotiza en una Bolsa de Valores⁷⁷, de manera que el franquiciado puede comprar acciones de la empresa Franquiciante. Esto normalmente ocurre en mercados muy amplios, como el norteamericano.

- b) **Franquicia Financiera:** El franquiciado es simplemente un inversionista, que no gestiona directamente la franquicia. Este tipo es muy común cuando los desembolsos iniciales de la franquicia son cuantiosos, de manera que existe un franquiciado capitalista y otro operador. Este tipo de formatos capitalista y otro operador.
- c) **Franquicia Activa:** Es el formato más común, en el que el franquiciado hace la inversión y gestiona directamente el punto de venta.
- d) **Franquicia Integrada:** Cuando la relación de franquicia abarca la totalidad del canal de distribución⁷⁸, es decir, cuando el fabricante distribuye sus productos de forma exclusiva y directa a través de los establecimientos franquiciados minoristas. Este formato se combina muy bien con la franquicia de distribución.

⁷⁷ **Bolsa de Valores:** Institución sede del mercado mexicano de valores. Institución responsable de proporcionar la infraestructura, la supervisión y los servicios necesarios para la realización de los procesos de emisión, colocación e intercambio de valores y títulos inscritos en el Registro Nacional de Valores (RNV), y de otros instrumentos financieros. Así mismo, hace pública la información bursátil, realiza el manejo administrativo de las operaciones y transmite la información respectiva a SD Indeval, supervisa las actividades de las empresas emisoras y casas de bolsa, en cuanto al estricto apego a las disposiciones aplicable, y fomenta la expansión y competitividad del mercado de valores mexicanos.

⁷⁸ **Canal de distribución:** Es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran.

CAPÍTULO II

MARCO LEGAL DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

Conocer el marco legal de la franquicia es importante para saber los derechos y obligaciones, las cláusulas más importantes del contrato para mantenerse dentro de la legalidad vigente hará que la marca sea más transparente y atractiva para el cliente potencial.

Transmitir al Franquiciatario con claridad el Contrato de Franquicia y demás elementos legislativos, facilitarán el trabajo en equipo y permitirá una comunicación mucho más fluida y sin desconfianzas.

En nuestro país regulan la franquicia expresamente, dos artículos 142 de la Ley de la Propiedad Industrial y el 65 de su Reglamento; sin embargo el marco jurídico se enmarca en general en los siguientes ordenamientos:

Constitución Política artículos 25 y 28 que a la letra dicen⁷⁹:

Artículo 25 “Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral y sustentable, 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 al cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general en el marco de libertades que otorga esta Constitución.

⁷⁹ <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>, consultada el 07 de octubre de 2009 a las 20:50 hrs.

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.

Asimismo 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.

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”.

Código de Comercio artículo 75 que la letra dice⁸⁰:

Artículo 75.- La ley reputa actos de comercio:

V.- Las empresas de abastecimientos y suministros;

XXII.- Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio;

⁸⁰ <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/3.pdf>, consultada el 05 de octubre de 2009 a las 21:20 hrs.

XXIV. Las operaciones contenidas en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito;

XXV.- Cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados en este código. En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial.

Código Civil Federal

Artículo 1793.- Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos, toman el nombre de contratos.

Artículo 1794.- Para la existencia del contrato se requiere:

I. Consentimiento;

II. Objeto que pueda ser materia del contrato

Ley General de Sociedades Mercantiles⁸¹, considero más común la sociedad Anónima y la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Artículo 1o.- Esta Ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

I.- Sociedad en nombre colectivo;

II.- Sociedad en comandita simple;

III.- Sociedad de responsabilidad limitada;

IV.- Sociedad anónima;

V.- Sociedad en comandita por acciones, y

VI.- Sociedad cooperativa.

Cualquiera de las sociedades a que se refieren las fracciones I a V de este artículo podrá constituirse como sociedad de

⁸¹ <http://www.siger.gob.mx/legismerc/lgsdm.pdf>, consultada el 05 de octubre de 2009 a las 21:44 hrs.

capital variable, observándose entonces las disposiciones del Capítulo VIII de esta Ley.

Artículo 2o.- *Las sociedades mercantiles inscritas en el Registro Público de Comercio, tienen personalidad jurídica distinta de la de los socios.*

Salvo el caso previsto en el artículo siguiente, no podrán ser declaradas nulas las sociedades inscritas en el Registro Público de Comercio.

Las sociedades no inscritas en el Registro Público de Comercio que se hayan exteriorizado como tales, frente a terceros consten o no en escritura pública, tendrán personalidad jurídica.

Las relaciones internas de las sociedades irregulares se regirán por el contrato social respectivo, y, en su defecto, por las disposiciones generales y por las especiales de esta ley, según la clase de sociedad de que se trate.

Los que realicen actos jurídicos como representantes o mandatarios de una sociedad irregular, responderán del cumplimiento de los mismos frente a terceros, subsidiaria, solidaria e ilimitadamente, sin perjuicio de la responsabilidad penal, en que hubieren incurrido, cuando los terceros resultaren perjudicados.

Los socios no culpables de la irregularidad, podrán exigir daños y perjuicios a los culpables y a los que actúen como representantes o mandatarios de la sociedad irregular.

Legislación fiscal

Artículo 15-B. “Se consideran regalías, entre otros, los pagos de cualquier clase por el uso o goce temporal de patentes, certificados de invención o mejora, marcas de fábrica, nombres comerciales, derechos de autor sobre obras literarias, artísticas o científicas, incluidas las”

Ley Federal del Trabajo

Artículo 10.- Patrón es la persona física o moral que utiliza los servicios de uno o varios trabajadores.

Si el trabajador, conforme a lo pactado o a la costumbre, utiliza los servicios de otros trabajadores, el patrón de aquél, lo será también de éstos.

Artículo 11.- Los directores, administradores, gerentes y demás personas que ejerzan funciones de dirección o administración en la empresa o establecimiento, serán considerados representantes del patrón y en tal concepto lo obligan en sus relaciones con los trabajadores.

Artículo 12.- Intermediario es la persona que contrata o interviene en la contratación de otra u otras para que presten servicios a un patrón.

Artículo 13.- No serán considerados intermediarios, sino patrones, las empresas establecidas que contraten trabajos para ejecutarlos con elementos propios suficientes para cumplir las obligaciones que deriven de las relaciones con sus trabajadores. En caso contrario serán solidariamente responsables con los beneficiarios directos de las obras o servicios, por las obligaciones contraídas con los trabajadores.

Artículo 14.- Las personas que utilicen intermediarios para la contratación de trabajadores serán responsables de las obligaciones que deriven de esta Ley y de los servicios prestados.

Los trabajadores tendrán los derechos siguientes:

- I. Prestarán sus servicios en las mismas condiciones de trabajo y tendrán los mismos derechos que correspondan a los trabajadores que ejecuten trabajos similares en la empresa o establecimiento; y*
- II. Los intermediarios no podrán recibir ninguna retribución o comisión con cargo a los salarios de los trabajadores.*

Artículo 15.- En las empresas que ejecuten obras o servicios en forma exclusiva o principal para otra, y que no dispongan de elementos propios suficientes de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 13, se observarán las normas siguientes:

- I. La empresa beneficiaria será solidariamente responsable de las obligaciones contraídas con los trabajadores; y*
- II. Los trabajadores empleados en la ejecución de las obras o servicios tendrán derecho a disfrutar de condiciones de trabajo proporcionadas a las que disfruten los trabajadores que ejecuten trabajos similares en la empresa beneficiaria. Para determinar la proporción, se tomarán en consideración las diferencias que existan en los salarios mínimos que rijan en el área geográfica de aplicación en que se encuentren*

instaladas las empresas y las demás circunstancias que puedan influir en las condiciones de trabajo.

2.1. Teoría general del contrato

La doctrina más autorizada califica al FRANCHISING, como un contrato de colaboración empresarial, que implica básicamente, un modelo de colaboración entre distintas empresas independientes, a los fines de que por medio de la acción común de las mismas, se logre, el desarrollo de los negocios en forma más eficaz. Pero si bien debería existir un equilibrio de poder, en realidad es el Franquiciante quien somete al Franquiciatario y pone a disposición del mismo dos elementos: el primero, es una técnica empresarial para asegurar el éxito de la franquicia y en segundo lugar, producto, marca en el mercado⁸² que gozan de una fama y buen nombre en el mercado.

Siendo uniforme tales elementos para todos los Franquiciatario que integran la red del Franquiciante⁸³, creando así una imagen de distribución.

Para otros autores, el franchising contiene todas las características del contrato de concesión⁸⁴ manifestando que son de aplicación las normas reguladoras de la misma y agregando las normas relativas a la transferencia de marcas, designaciones comerciales y tecnología.

⁸² **Mercado:** Conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores (conurrencia), y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda; de hecho, mercado es también el lugar donde se compran y venden bienes.

⁸³ **Red del Franquiciante:** Es aquella organización creada por el franquiciador y sus franquiciados que, por su organización y desarrollo, contribuye a mejorar la producción y/o la distribución de los productos y/o servicios. Esto permite asegurar una garantía de calidad y el desarrollo y perennidad del concepto de negocio.

⁸⁴ **Contrato de concesión:** Contrato de suministro que reserva al concesionario la exclusividad de la distribución de un producto en un territorio determinado y que por lo general incluye, por parte de éste último, un compromiso de aprovisionamiento exclusivo ante el concedente en el producto contractual.

Desde el punto de vista del Código Civil, se trata de un contrato típico, nominado, conmutativo, formal, bilateral, oneroso de ejecución continuada, siéndole de aplicación, los principios generales de los contratos, la autonomía de la voluntad y los principios de orden público y buena fe en su celebración y ejecución.⁸⁵

Toda obligación nace de un hecho, dentro de aquellos regulados por la Ley, se encuentran en los actos jurídicos⁸⁶, considerados como una manifestación exterior de la voluntad con el fin de crear, transmitir, modificar o extinguir una obligación o un derecho, produciendo precisamente el efecto deseado y que pueden ser unilaterales, que exigen solamente una voluntad para su creación y bilaterales, porque se crean por el acuerdo de voluntades; a estos últimos se le denomina convenios, de los cuales aquellos que crean o transmiten derecho u obligaciones son denominados contratos⁸⁷.

2.2. Contratos auxiliares⁸⁸

Los contratos auxiliares son aquellos que acompañan al Contrato de Franquicia al momento de firmar el mismo:

- I. **Contrato de Comodato sobre los manuales.** En este contrato se estipula el derecho que tiene el Franquiciatario de usar los manuales, así como su obligación de regresarlos en cuanto le sean solicitados o sea terminado el Contrato de Franquicia ya que le fueron otorgados en calidad de préstamo.

⁸⁵ <http://www.monografias.com/trabajos/franchising/franchising.shtml> visitada el día 11 de noviembre de 2008 17:15 hrs.

⁸⁶ **Actos jurídicos:** Son los actos voluntarios lícitos, que tengan por fin inmediato establecer entre las personas relaciones jurídicas, crear, modificar, transferir, conservar o aniquilar derechos.

⁸⁷ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/de_l_a/capitulo_3.html# visitada el día 05 de noviembre de 2008 20:58 hrs.

⁸⁸ Idem. Visitada el día 20 de noviembre de 2008. 10:37 Hrs.

- II. **Contrato de Confidencialidad entre el Franquiciante y el Franquiciatario.** Al ingresar al sistema de franquicia el Franquiciatario tendrá acceso a la información confidencial propiedad del Franquiciante a través de sus manuales y otros medios. Es por ello que mediante el contrato de confidencialidad el Franquiciatario convendrá y aceptará tomar todas las medidas necesarias para preservar y proteger dicha información de su franquicia, ni utilizara por sí o por terceros durante y después de la vigencia del Contrato de Franquicia.

- III. **Contrato de Confidencialidad entre el Franquiciatario y sus empleados.** Mediante este contrato el Franquiciatario asegura de que sus trabajadores respeten la información confidencial contenida en el Contrato de Franquicia.

- IV. **Contrato de Uso de Software.** Este contrato puede darse en dos modalidades el celebrado entre un proveedor externo que desarrolla el software y el Franquiciatario, cuando el primero es Franquiciatario y el celebrado entre el Franquiciante y Franquiciatario.

2.3. Circular de Oferta de la Franquicia

Con el objeto de consolidar y hacer más seguro el sector de las franquicias en México, la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento contemplan en los artículos 142 y 65 respectivamente, la denominada Circular de Oferta de Franquicia (C.O.F).

De acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento, la empresa Franquiciante debe entregar al futuro Franquiciatario previamente a la celebración del Contrato de Franquicia, cierta información sobre el Franquiciante y el negocio a franquiciar. Documento que debe ser entregado por el **Franquiciante** al prospecto del Franquiciatario previo a la firma del Contrato de Franquicia, el cual tiene la finalidad de dar a conocer al Franquiciatario la información (técnica, económica y financiera) más

relevante de la franquicia, así como la asistencia técnica, quién o qué personas la otorgan, estados proforma (no obligatorios), lista de Franquiciatarios en operación y, en la mayoría de los casos, una copia del Contrato de Franquicia. Para la recepción de este documento, el Franquiciante requiere al Franquiciatario que firme una carta de confidencialidad, ya que el documento contiene secretos industriales y candados tecnológicos de la franquicia.⁸⁹

Es un documento que establece la ley (y su reglamento) de la Propiedad Industrial para que el futuro inversionista de una franquicia esté enterado de los alcances del negocio en que va a invertir.

Este debe ser entregado con anterioridad a la firma del Contrato de Franquicia, es considerado un documento público y la franquicia solo podría exigir discreción para no revelar la información ahí contenida, pero no puede obligar a nada el conocer este documento. Si después de su análisis, el inversionista decide no firmar el contrato, la franquicia no puede hacer exigible ninguna obligación por parte del candidato.

La Circular de Oferta de Franquicia refleja las condiciones mínimas de la franquicia, pagos que se deben hacer (cuota inicial⁹⁰ de franquicia, regalías, fondo de publicidad, etc), la forma en que se asigna el territorio, los manuales que se entregarán y los servicios o asistencia técnica que se tendrá durante la franquicia.

La Circular de Oferta de Franquicia es un documento privado que desarrolla la Franquiciante o su despacho de asesores, por lo que refleja el punto de vista de la franquicia. Sin duda que es un documento legal, es

⁸⁹<http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/glosario/nvglosario.jsp?bpalabra=Circular+de+Oferta+de+Franquicia> visitada el día 20 de noviembre de 2008 a las 22:41 hrs.

⁹⁰ **Cuota inicial:** En inglés se conoce como franchise fee. Es la contraprestación que paga el franquiciatario al Franquiciante por tener derecho y goce del uso de marca y recibir los conocimientos, asistencia técnica y experiencia en el negocio.

probable que venga con datos adicionales que nos sigan “vendiendo” la franquicia.

La Circular de Oferta de Franquicia es un reflejo de lo que contiene el Contrato de Franquicia que será firmado por las partes, así que debemos revisar con detenimiento que estén reflejados en ambos los compromisos, tanto de la Franquiciante como del Franquiciatario. Es grave que exista una discrepancia entre ambos documentos.

En tercer lugar y más importante, la COF como es un documento emitido por la Franquiciante, refleja su oferta para franquiciar, sin que se le haya exigido en algún momento que así lo expusiera, por lo que cae en un supuesto de la ley que se conoce como “policitación⁹¹”. Que se hace exigible desde el momento mismo en que quien lo ofrece para que lo cumpla, sin la necesidad de que se firme contrato alguno.

Considero que el futuro Franquiciatario debe estar consciente de las seguridades que le da la COF y el Franquiciante estar muy consciente que aunque solo está mencionado en la COF, ya está obligado a cumplir con cualquier oferta que ahí haga.

Requisitos que debe de reunir la Circular de Oferta de Franquicia⁹²

- I. Nombre, denominación social⁹³, razón social⁹⁴, domicilio y nacionalidad del Franquiciante; Descripción de la franquicia;

⁹¹ **Policitación:** Promesa no aceptada aún que podría ser base para un contrato si se logra el consentimiento de la parte a la que se hizo la propuesta.

⁹² http://www.alcazar.com.mx/doc/pdf/marco_legal.pdf visitada el día 27 de julio de 2009 17:33 hrs.

⁹³ **Denominación social:** Es el nombre de una persona moral que la identifica para todos los efectos legales. Se integra por una o varias palabras, normalmente vinculadas a la actividad desarrollada, y no lleva el nombre de ningún socio. La denominación social puede formarse libremente, siempre que no origine confusiones con la empleada por otras sociedades.

⁹⁴ **Razón social:** Es el nombre que se le da a una persona moral y que la identifica para todos los efectos legales. La razón social se integra por el nombre de uno o más socios.

- II. Antigüedad de la empresa Franquiciante de origen y, en su caso, Franquiciante maestro en el negocio objeto de la franquicia;
- III. Derechos de propiedad intelectual que involucra la franquicia;
- IV. Montos y conceptos de los pagos que el Franquiciatario debe cubrir al Franquiciante;
- V. Tipos de asistencia técnica y servicios que el Franquiciante debe proporcionar al Franquiciatario;
- VI. Definición de la zona territorial de operación de la negociación que explote la franquicia;
- VII. Derecho del Franquiciatario a conceder o no subfranquicias a terceros y, en su caso, los requisitos que deba cubrir para hacerlo;
- VIII. Obligaciones del Franquiciatario respecto de la información de tipo confidencial que le proporcione el , y
- IX. En general las obligaciones y derechos del Franquiciatario que deriven de la celebración del Contrato de Franquicia.

2.4. Norma Mexicana de Franquicias⁹⁵

Este programa, único en el mundo, es un elemento más de seguridad para el inversionista. Al comprar una Franquicia Certificada, el inversionista puede tener mayor tranquilidad de que, en realidad, recibirá los apoyos ofrecidos por el Franquiciante, incrementando así su posibilidad de éxito.

⁹⁵ <http://www.franquiciaenlinea.com/section/881.html>. visitada el 20 de noviembre de 2008. 22:44 hrs.

La Norma Oficial de Franquicias Mexicana, la cual fue desarrollada bajo los parámetros metodológicos de la International Standards Organization (ISO), aborda cinco aspectos fundamentales:

- a) Elementos Legales.
- b) Administración y Operación.
- c) Aspectos Financieros.
- d) Comercialización y Mercadotecnia.
- e) Planeación Estratégica⁹⁶.

⁹⁶ **Planeación Estratégica:** Proceso de desarrollo y mantenimiento de la adecuación estratégica entre los objetivos y capacidades de la organización y las cambiantes oportunidades de mercadotecnia. Se basa en el establecimiento de una clara misión de la compañía, el apoyo a los objetivos, una firme cartera de negocios y estrategias funcionales coordinadas.

CAPÍTULO III

CONTRATO DE FRANQUICIA

3.1. Concepto de Contrato

La palabra contrato proviene del latín *contractus*. Pacto o convenio, oral o escrito, entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada, y a cuyo cumplimiento pueden ser compelidas.⁹⁷

Definimos el contrato como el convenio en virtud del cual se produce o se transfiere una obligación o un derecho.⁹⁸

Para Gross el Contrato de Franquicia es un conjunto de obligaciones recíprocas y permanentes por el cual el otorgante de la franquicia concede al concesionario, comerciante o empresario independiente, contra el pago de una cuota, el derecho de vender ciertos productos o servicios utilizando el nombre, marca registrada, equipo, patentes, experiencia técnica y comercial de otorgante, aplicando los métodos de organización y publicidad establecidos por el otorgante, en lo cual este último presta al concesionario ayuda, consejo y formación, reservándose el derecho de control⁹⁹.

El haber definido el Contrato de Franquicia nos ayuda a tener una idea más clara de lo que es, asimismo los contratos constan de dos elementos:

- a) de existencia, que se integran con el consentimiento y objeto;
- b) de validez que se compone por la capacidad, la ausencia de vicios del consentimiento la licitud en el objeto y la formalidad.

⁹⁷ **Compelidas:** Intentar obligar alguien, con fuerza o por autoridad a hacer algo.

⁹⁸ DE PINA. Rafael. DE PINA VARA, Rafael. **Diccionario de Derecho**. 3era. Edición, Ed. Porrúa. México. 2005 p 186.

⁹⁹ Gross, Herbert y Walter Skaupy. **Un secreto comercial: el boom de los sistemas de franquicia.** Ed. Anaya. Madrid 2001.

3.2. Elementos de Existencia y de Validez:

a) Elementos de Existencia

En cuanto a los elementos de existencia del Contrato de Franquicia, el artículo 1794 del Código Civil establece:

“Artículo 1794. Para la existencia del contrato se requiere:

I. Consentimiento;

II. Objeto que pueda ser materia del contrato.”

Respecto al consentimiento consiste.- En el acuerdo entre dos o más voluntades sobre la producción de efectos de derecho y es necesario que ese acuerdo tenga una manifestación exterior, ya sea expresa o tácita.

El consentimiento se obtiene con la firma en el Contrato, el artículo 142 de la Ley de la Propiedad Industrial señala que el Contrato debe ser por escrito, por lo que si no hay Contrato firmado no hay Franquicia.

En todo acto jurídico existe un objeto directo y otro indirecto. El primero de ellos consiste en la creación, transmisión, modificación o extinción de derechos y obligaciones; y el segundo, puede consistir en una conducta de dar, de hacer o de no hacer. (Art. 1824 Código Civil)

Asimismo, como objeto indirecto del Contrato de Franquicia, surgen tanto obligaciones de dar, de hacer como de no hacer; por ejemplo:¹⁰⁰

a) El Franquiciatario se sujeta a un dar al obligarse a pagar regalías.

b) El Franquiciante se sujeta a un hacer, al obligarse a dar asesoría al Franquiciatario.

¹⁰⁰ Torres De la Rosa Alejandra. El Contrato de Franquicia en el derecho mexicano. Ed. Porrúa. México 2000. p 45.

- c) El Franquiciatario se sujeta a un no hacer, al obligarse a no divulgar los secretos industriales¹⁰¹ que el Franquiciante le haya conferido.

b) Elementos de Validez

El artículo 1795 del Código Civil interpretado a *contrario sensu*, los contratos requieren de cuatro elementos para ser considerados válidos:

- a) Capacidad de las partes;
- b) Ausencia de vicios en el consentimiento;
- c) Licitud en el objeto, motivo o fin; y
- d) La manifestación del consentimiento en la forma que establezca la ley.

a) Capacidad de las partes.- Para la celebración del contrato y de acuerdo con el Artículo 1798 del Código Civil. Son hábiles para contratar todas las personas no exceptuadas por la ley.

b) Ausencia de vicios en el consentimiento.- Aun cuando exista consentimiento en el Contrato de Franquicia, puede ser deficiente por un vicio que afecte el conocimiento o la libertad, lo establece el artículo 1812 del Código Civil que a la letra dice:

“Artículo 1812. El consentimiento no es válido si ha sido dado por error, arrancado por violencia o sorprendido por dolo”.

¹⁰¹ **Secreto industrial:** El Art. 82 de la Ley de la Propiedad Industrial estipula que: “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 relación de actividades económica y respecto de la cual haya adoptado las medidas 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 finalidad 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.

c) Licitud en el objeto, motivo o fin.- El Contrato de Franquicia, como todo acto jurídico deberá ser lícito en su objeto, motivo o fin; es decir, que de conformidad con el artículo 1830 del Código Civil, no debe ser contrario a las leyes de orden público o a las buenas costumbres.¹⁰²

d) Forma.- El Contrato de Franquicia es formal en cuanto a que requiere constar por escrito para ser registrado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.¹⁰³

3.3. Elementos personales,¹⁰⁴ formales, y reales

I. Elementos personales

Del Contrato de Franquicia se desprende la existencia de dos elementos personales: el Franquiciante y el Franquiciatario.

a. **El Franquiciante.-** Franquiciante es el nombre que recibe la persona que otorga la franquicia, que autoriza a otra persona a comercializar bienes o servicios conforme su sistema de comercialización, mediante el cual expande su mercado. El Franquiciante puede ser una persona física o moral, aun cuando en la práctica y en virtud de la organización

¹⁰² Torres De la Rosa Alejandra. El Contrato de Franquicia en el derecho mexicano. Ed. Porrúa. México 2000. p 47.

¹⁰³ **Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial:** Se encuentra ubicado como un organismo dentro de la administración pública federal, dentro de la administración pública paraestatal, como un organismo descentralizado que auxilia al Poder Ejecutivo de la Unión, con personalidad jurídica y patrimonio propios, su objeto es la aplicación de la Ley de Propiedad Industrial, el Reglamento de la misma, con un estatuto orgánico que encabeza una Junta de Gobierno y una Dirección General.

Su competencia es en materia de registro de marcas, avisos comerciales, publicaciones de nombres comerciales, patentes e inscripción del Contrato de Franquicia, así como conocer las controversias relacionadas a la Ley de Propiedad Industrial, inclusive algunas facultades en materia de derechos de autor como verificar que se cumpla con el pago a las sociedades autorales por la explotación de música en vivo o ambiental y se cuente con las licencias de programas de computo.

¹⁰⁴ LEON TOVAR Soyla H. Libro Contratos Mercantiles. 3era. Impresión. Oxford University Press, México 2005. p 681

empresarial que supone el sistema de comercialización, la gran mayoría de los Franquiciantes son personas morales.

- b. **El Franquiciatario.-** Franquiciatario es la persona que obtiene la autorización para comercializar bienes o servicios conforme el método o sistema de franquicia.

II. Elementos Formales

La franquicia es un contrato consensual porque no requiere forma especial para producir efectos jurídicos, pero debe constar por escrito en términos claros y en idioma del Franquiciante.

No queda por tanto el contrato sometido al requisito de forma alguna, pues siendo indiferente que las manifestaciones de voluntad de las partes contratantes adopten la forma oral o escrita, no incide tal hecho en la validez del contrato celebrado entre estas. La forma escrita del Contrato de Franquicia tiene, sin embargo, un alcance respecto a la existencia del mismo y su contenido, pues con la misma se facilita la prueba de los extremos en que se produce el negocio.

III. Elementos Reales

Constituyen objeto de la franquicia tanto diversos elementos de propiedad industrial como la contraprestación (pago inicial y pago de regalías¹⁰⁵) que paga el Franquiciatario.

Los elementos reales que constituyen al Contrato de Franquicia son:

¹⁰⁵ **Regalías:** Cantidad proporcional a las ventas que una unidad franquiciada tiene que pagar a la empresa Franquiciante por concepto del uso de la marca y de la asistencia técnica continua que recibe. La regalía varía de una franquicia a otra, en cantidad y periodicidad, dependiendo del valor de las aportaciones, pero sobre todo en términos de asistencia.

- a) La marca: el Artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial la define:

“Art 88.- Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado”.

El concepto de marca no es elemento único de una franquicia, sí es uno de los más importantes. También de suma importancia:

- b) Derecho exclusivo para explotar una marca
- c) Se considera un elemento real la adquisición de la tecnología para la explotación de una empresa o distribución de mercancía
- d) La transmisión de conocimientos técnicos. Conocido en la práctica como Know-How, (saber cómo hacerlo), y que comprende las invenciones, procesos, fórmulas diseños, planos, instructivos.

Este elemento es quizá el más importante en la situación actual en la que se encuentra el mercado de la franquicia.

Es muy habitual que a cualquier cosa se le llame saber hacer, sin embargo, el saber hacer está perfectamente definido por el Código Europeo de la Franquicia:

El "saber hacer" es un conjunto de informaciones prácticas, no patentadas, que resultan de la experiencia del Franquiciador (previamente testadas por él mismo). Es secreto, sustancial e identificable.

Aquí por tanto hay dos elementos esenciales; primero, que sean novedosas y segundo que sean contrastadas.

Hay que verificar detenidamente que el know how tiene contenido y que realmente comprende una serie de mejoras o conjunto de parámetros empresariales que supongan una sustancial ventaja competitiva.

La asistencia técnica. Es un “flujo de instrucciones, directivas o consejos suministrados en la medida en que son requeridos para la conducción u operación de un proceso determinado.

La exclusividad también es un elemento real ya que es de suma importancia porque señala que no se deben celebrar contratos con otros Franquiciatarios, ya que podrían afectar sus intereses.

La cesión del uso de la marca¹⁰⁶.- Este elemento es esencial porque uno de los principales reclamos que tiene el negocio de franquicia es lo mucho o poco que se conoce la marca, puesto que dependiendo de esa notoriedad, el éxito del negocio en el que vamos a invertir será mayor o menor. Como es lógico, el franquiciatario deberá estar autorizado para poder ceder el uso de la marca.

Nos encontramos con una de las primeras obligaciones del franquiciador: En lo que dure el contrato, el franquiciador, debe estar en posesión de los derechos sobre la marca y además velar y adoptar todas las medidas que sean necesarias para poder proteger el pacífico uso de la misma.

3.4. Características del Contrato¹⁰⁷

- I. Es consensual, nace del acuerdo de las partes intervinientes.

- II. Es bilateral, es celebrado entre el Franquiciante y el Franquiciatario, sean éstas personas naturales o jurídicas.

¹⁰⁶ <http://www.mariscal-asociados.com/pdf-franquicias/expofranquicia.pdf> visitada el día 12 de noviembre de 2008 a las 21:27 hrs.

¹⁰⁷ <http://www.monografias.com/trabajos41/franchising/franchising2.shtml#caract>. Visitada el día 20 de noviembre 22:55 hrs.

- III. Es oneroso, porque a cambio de la autorización de uso de una franquicia determinada, existe una contraprestación o retribución (Tasa inicial o Continua).
- IV. Es formal, ya que requiere estar por escrito para su validez.
- V. Es típico, porque se encuentra regulado por la ley.
- VI. Es un contrato por adhesión, porque se adhiere a aquellas condiciones o formalidades impuestas por el Franquiciante.
- VII. Es conmutativo, pues ambas partes conocen las ventajas y desventajas que otorga el contrato desde su inicio.
- VIII. Es intuitu personae, porque no es susceptible de cesión alguna.

3.5. Registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Es importante que todos los contratos de franquicias sean registrados en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, para que puedan surtir efectos frente a terceros.¹⁰⁸

De acuerdo al Artículo 10 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, establece los requisitos que deben seguirse para la inscripción del Contrato de Franquicia en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

¹⁰⁸ http://www.negocius.com.mx/estructura-legalmente-tu-franquicia_arpu-view_a95.html, visitada el 2 de julio de 2009 16:30 hrs.

3.6. Derechos y Obligaciones¹⁰⁹

Antes de adentrarnos a los derechos y obligaciones del Franquiciante y franquiciario, señalaré qué es derecho. Derecho es un conjunto de normas eficaz para regular la conducta de los hombres en sociedad¹¹⁰.

Consideré importante conocer que se entiende por obligación. La podemos definir como la obligación jurídica establecida entre dos personas, por lo cual una de ellas (llamada deudor), queda sujeta para otra (llamada acreedor), a una prestación o a una abstención de carácter patrimonial, que el acreedor puede exigir al deudor.

En cuanto a su clasificación de las obligaciones, existe obligación de dar, de hacer y de no hacer.

De acuerdo al artículo 2011 del Código Civil para el Distrito Federal la *Obligación de dar: es aquella en que la prestación de cosa puede consistir en la traslación de dominio de cosa cierta, en la enajenación temporal del uso o goce de cosa de esta misma naturaleza o en la restitución de cosa ajena o pago de cosa debida.*

El artículo 2027 del Código Civil para el Distrito Federal nos dice que la *Obligación de hacer: es aquella en virtud de la cual el deudor queda obligado a “prestar un hecho”*

Obligación de no hacer: es aquella en la que la prestación consiste en no hacer algo o en tolerar que otro haga algo.

¹⁰⁹ Contratos Mercantiles p 681

¹¹⁰ **RAFAEL DE PINA, RAFAEL DE PINA VARA**, Diccionario de Derecho, 34ª edición, Editorial Porrúa, México 2005 pp228.

3.7. El Franquiciante

Los derechos y las obligaciones del Franquiciante son:

1. Información sobre su empresa. La Ley de la Propiedad Industrial y su reglamento (arts. 10 y 65) obligan a los Franquiciantes a proporcionar al Franquiciatario (o, mejor dicho, al futuro Franquiciatario), previamente a la celebración del contrato, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa.
2. Autorizar al Franquiciatario para utilizar y explotar, a los fines de la franquicia y conforme el sistema pactado, los elementos de propiedad industrial del Franquiciante o de los que tenga legítima titularidad; se trata de una de las obligaciones esenciales del Franquiciante que distingue este contrato de los contratos de suministro, distribución o de transferencia de tecnología. Esto se debe conceder con la licencia de uso de marca, autorizar la utilización del nombre comercial y proveer de tecnología al Franquiciatario.
3. Mantener vigentes los derechos de propiedad industrial, para efecto de que el Franquiciatario pueda disponer pacíficamente de su uso.
4. Proporcionar al Franquiciatario todos los documentos, información y elementos que permitan la utilización del sistema de comercialización, entre otros:
 - a) Documento declarativo (carpeta de presentación) del concepto que se posiciona así como todos los puntos por considerar y observar con el armado y la operación de un nuevo negocio.
 - b) Plan de negocios para cada uno de los módulos de la franquicia.
 - c) Manuales de cómo vender, en donde se establece el perfil del Franquiciatario y lo que se espera del mismo.

- d) Manual de apertura¹¹¹ del negocio (planos, diseños, uniformes, carteles, horarios de tareas, etc.)
 - e) Manual de marketing¹¹² del punto de venta, cuyo objetivo es lograr el exacto posicionamiento elegido y cambiar la actitud de consumidores, enfocándolos hacia una decisión previa, identificada con las pautas que diferencian el producto consolidado objeto de comercialización, lo que implica el establecimiento de fuertes barreras protectoras ante intentos de imitación competitiva. Es decir, el marketing constituye una nueva unidad de enfoque conceptual para influir en el consumidor¹¹³ y al mismo tiempo impedir que los productos o servicios puedan ser igualados fácilmente por otros productores, aun cuando igualen los ingredientes o elementos de los mismos.
 - f) Manual de personal y entrenamiento o capacitación.
 - g) Manual administrativo, que incluye software de facturación cobranzas, stocks, tarjetas, pagos, bancos, etc.
 - h) Manual de control de gestión de la franquicia.
5. El Franquiciante debe determinar los estándares de calidad de los productos o servicios, obligación cuya finalidad es lograr la uniformidad del producto o servicio y que implica el derecho del Franquiciante para inspeccionar y controlar la calidad de los mismos y el mantenimiento de su prestigio.
6. Realizar la publicidad necesaria para la venta o el conocimiento del producto o servicio materia de la franquicia, así como, en su caso,

¹¹¹ **Apertura:** Proceso llevado a cabo por el franquiciador, en el cual se definirán los servicios que el franquiciador prestará al franquiciado en el inicio de la actividad, con la finalidad de una correcta implantación de cada una de las unidades de la franquicia.

¹¹² **Marketing:** Sistema total de actividades comerciales tendientes a planear, fijar precios, promover y distribuir productos satisfactorios de necesidades entre mercados meta, con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales.

¹¹³ **Consumidor:** Cualquier persona física que, en las operaciones de venta o de prestación de servicios, actúa con fines externos a su actividad profesional. (Directiva 93/13/CEE del 5 de abril de 1993 relativa a las cláusulas abusivas).

pedir la colaboración del Franquiciatario para dicha publicidad conforme al porcentaje de ventas.

7. Tiene derecho a inspeccionar el establecimiento en donde se aplica el sistema de comercialización para verificar la observancia del mismo, así como a intervenir en las decisiones del Franquiciatario exclusivamente para mantener los niveles uniformes de calidad y prestigio de los bienes o servicios de que se trate.

Conforme al artículo 65 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, el Franquiciante debe proporcionar al Franquiciatario, previa celebración del contrato, por lo menos, la siguiente información técnica, económica y financiera: nombre, denominación o razón social, domicilio y nacionalidad del Franquiciante; descripción de la franquicia; antigüedad de la empresa Franquiciante de origen y, en su caso, Franquiciante maestro en el negocio objeto de la franquicia; derechos de propiedad intelectual que involucra la franquicia; montos y conceptos de los pagos que el franquiciatario debe cubrir al Franquiciante; tipos de asistencia técnica y servicios que el Franquiciante debe proporcionar al Franquiciatario; definición de la zona territorial de operación de la negociación que explote la franquicia.

3.8. Franquiciatario

- a) Pagar la contraprestación. Una de las obligaciones más importantes del Franquiciatario es pagar la contraprestación pactada; ésta puede ser:
 - I. El pago u cuota inicial de una cantidad fija, no por producto alguno, servicio o tecnología, sino simplemente por el privilegio de obtener la franquicia y ser Franquiciatario.
 - II. El pago periódico de regalías como contraprestación por la continua operación del establecimiento mercantil. Esta regalía

es contraprestación también por el uso de marcas, nombres y avisos comerciales y la explotación de patentes. En el contrato se debe determinar el porcentaje sobre la base de regalías corresponde a cada uno de estos conceptos.

- III. El interés de parte del Franquiciante por entrar a un nuevo territorio o mercado.
 - IV. El valor del nombre.
 - V. La exclusividad de un territorio cuyo valor depende de su densidad demográfica y sus características mercadológicas.
 - VI. Los costos inherentes al servicio y apoyo a Franquiciatarios (reclutamiento, capacitación, impresión del manual de operaciones, parte proporcional de planos arquitectónicos, costos publicitarios, administrativos contables).
- b) Usar las marcas.- El Franquiciatario no sólo tiene el derecho a usar las marcas de productos o servicios que le autoriza el Franquiciante.
- c) Usar los nombres comerciales y explotar las patentes.- Igual que con las marcas, el Franquiciatario tiene derecho a usar los nombres comerciales y los avisos comerciales) así como explotar las patentes, e incluso la falta de uso del nombre comercial¹¹⁴ o de las patentes también llega a perderse en caso de no usarse según el plazo que indica la Fracción II del Artículo 152 de la Ley de la Propiedad Industrial que a la letra dice: *“Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto.*

¹¹⁴ **Nombre comercial:** Un Nombre Comercial es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de cualquier signo o denominación como identificador de una empresa en el tráfico mercantil. Los nombres comerciales, como títulos de propiedad industrial, son independientes de los nombres de las sociedades inscritos en los Registros Mercantiles.

Ventajas en cuanto a la gestión de personal:

Equipo permanente de formadores.

- 1) Experiencia del Franquiciante.
- 2) Intercambios técnicos y comerciales en la cadena de franquicias.
- 3) Oferta a la cadena de una reserva de personal de calidad debido al creciente número de Franquiciatarios.
- 4) El Franquiciante no tiene que dirigir directamente al personal de la franquicia.
- 5) Las operaciones de la franquicia pueden llevarse a cabo con un mínimo de personal y esfuerzo.

Ventajas en cuanto a la administración y gestión en general:

Para el Franquiciatario el sistema ofrece una gestión y administración más sencilla, una estructura menos complicada, con menores problemas y riesgos y con menos gastos de administración. La compleja gestión es competencia exclusiva del Franquiciante.

3.9. Contenido de Contrato¹¹⁵

En este modelo de negocio no podemos especificar un modelo de contrato que sea fijo para todas las franquicias. Este sector tiene una serie de particularidades de las que no goza el resto del comercio minorista y que hacen que el Contrato de Franquicia sea una excepción.

El Artículo 142 Bis de la Ley de la Propiedad Industrial menciona.- El Contrato de Franquicia deberá constar por escrito y deberá contener, cuando menos, los siguientes requisitos:

¹¹⁵ <http://www.mundofranquicia.com/mfc/reportajes/desarrollo.php?num=117>. Consultada el 20 de noviembre de 2008. 23:53 hrs.

- I. *La zona geográfica en la que el Franquiciatario ejercerá las actividades objeto del contrato;*
- II. *La ubicación, dimensión mínima y características de las inversiones en infraestructura, respecto del establecimiento en el cual el Franquiciatario ejercerá las actividades derivadas de la materia del contrato;*
- III. *Las políticas de inventarios, mercadotecnia y publicidad, así como las disposiciones relativas al suministro de mercancías y contratación con proveedores, en el caso de que sean aplicables;*
- IV. *Las políticas, procedimientos y plazos relativos a los reembolsos, financiamientos y demás contraprestaciones a cargo de las partes en los términos convenidos en el contrato;*
- V. *Los criterios y métodos aplicables a la determinación de los márgenes de utilidad y/o comisiones de los Franquiciatarios;*
- VI. *Las características de la capacitación técnica y operativa del personal del Franquiciatario, así como el método o la forma en que el Franquiciante otorgará asistencia técnica;*
- VII. *Los criterios, métodos y procedimientos de supervisión, información, evaluación y calificación del desempeño, así como la calidad de los servicios a cargo del Franquiciante y del Franquiciatario;*
- VIII. *Establecer los términos y condiciones para subfranquiciar, en caso de que las partes así lo convengan;*
- IX. *Las causales para la terminación del Contrato de Franquicia;*
- X. *Los supuestos bajo los cuales podrán revisarse y, en su caso, modificarse de común acuerdo los términos o condiciones relativos al Contrato de Franquicia;*

XI. No existirá obligación del Franquiciatario de enajenar sus activos al Franquiciante o a quien éste designe al término del contrato, salvo pacto en contrario, y

3.10. Proveedores

Es la Persona física o jurídica que suministra productos o servicios (subcontratista) que deben satisfacer unas especificaciones de calidad y requisitos fijados.

Es importante tener en cuenta a los proveedores, ya que con ello ayuda al Franquiciatario a obtener la utilidad prometida.

Es obligación del Franquiciante entregar al Franquiciatario la lista de proveedores de los insumos requeridos, así como las negociaciones que existan entre ambos, por ejemplo:

- a) Que productos se deben comprar con que proveedor,
- b) Qué porcentaje de compra se tiene que realizar,
- c) La forma de pago,
- d) Si existe penalización por incumplimiento o por calidad.

Con esto se ayuda a proteger el modelo de negocio y a que el Franquiciatario obtenga el mayor beneficio y con ello ofrezca un mejor servicio.

3.11. Terminación y causas de rescisión del contrato

El Artículo 142 Bis 3 de la Ley de la Propiedad Industrial.- El Franquiciante y el Franquiciatario no podrán dar por terminado o rescindido unilateralmente el contrato, salvo que el mismo se haya pactado por tiempo indefinido, o bien, exista una causa justa para ello.

Para que el Franquiciatario o el Franquiciante puedan dar por terminado anticipadamente el contrato, ya sea que esto suceda por mutuo acuerdo o por rescisión, deberán ajustarse a las causas y procedimientos convenidos en el contrato.

En caso de las violaciones a lo dispuesto en el párrafo precedente, la terminación anticipada que hagan el Franquiciante o Franquiciatario dará lugar al pago de las penas convencionales que hubieran pactado en el contrato, o en su lugar a las indemnizaciones por los daños y perjuicios causados.

De acuerdo al Artículo 213 de la Ley de la Propiedad Industrial.- Son infracciones administrativas:

I. a XXIII. ...

XXIV. Importar, vender o distribuir en contravención a lo previsto en esta Ley, sin la autorización del titular del registro, en cualquier forma para fines comerciales:

- a) Un esquema de trazado protegido;
- b) Un circuito integrado en el que esté incorporado un esquema de trazado protegido, o
- c) Un bien que incorpore un circuito integrado que a su vez incorpore un esquema de trazado protegido reproducido ilícitamente;

XXV. No proporcionar al Franquiciatario la información, a que se refiere el artículo 142 de esta Ley, siempre y cuando haya transcurrido el plazo para ello y haya sido requerida;

XXVI. Usar la combinación de signos distintivos, elementos operativos y de imagen, que permitan identificar productos o servicios iguales o similares en grado de confusión a otros protegidos por esta Ley y que por su uso causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer o suponer la existencia de una relación entre el titular de los derechos

protegidos y el usuario no autorizado. El uso de tales elementos operativos y de imagen en la forma indicada constituye competencia desleal¹¹⁶ en los términos de la fracción I de este mismo artículo, y

XXVII. Las demás violaciones a las disposiciones de esta Ley que no constituyan delitos.

¹¹⁶ **Competencia desleal:** También llamada comportamiento anticompetitivo, son las prácticas en teoría contrarias a los usos honestos en materia de industria y de comercio. Se refiere a todas aquellas actividades de dudosa honestidad (sin necesariamente cometer un delito de fraude) que puede realizar un fabricante o vendedor para aumentar su cuota de mercado, eliminar competencia, etc. Algunas prácticas de competencia desleal son: Dumping de precios: vender a un precio inferior al coste del producto. Engaño: hacer creer a los compradores que el producto tiene un precio diferente, unas características mejores que las reales, etc. Denigración: difundir información falsa sobre los productos de los competidores, o publicar comparativas no relevantes. Dependencia económica: exigir condiciones leoninas al proveedor cuando se le compra casi toda su producción. aceptarlas.

CAPÍTULO IV

ECONOMÍA INFORMAL

4.1. Antecedentes del término economía informal¹¹⁷

Uno de los problemas preocupantes que enfrenta el País en la actualidad es el de la llamada economía informal, en especial: el comercio ambulante¹¹⁸. Cuando hablamos de comercio ambulante pensamos en los puestos que están indebidamente establecidos en la calle. No solo ocupan el espacio, sino que también ocupan agua, luz y los servicios de sanidad y no pagan por estos servicios. En la actualidad toda esta gente que hace de su vida el comercio ambulante no se encuentran registrados en el Instituto Mexicano del Seguro Social ni en el Sistema de Administración Tributaria.

Hoy en día vemos que el problema de la economía informal es sumamente irregular, porque no se encuentra en los términos legales, fiscales ni laborales, existe a la venta gran variedad de artículos electrodomésticos, ropa, zapatos y hasta comida.

La economía informal es un fenómeno económico y social, porque afecta a las distintas economías.

El problema radica con el desempleo¹¹⁹ por lo tanto se debe de tomar medidas eficaces para el mejoramiento de los mercados laborales desde un punto de vista macro-económico, en la mayoría de los países latinoamericanos existe este problema como tal.

¹¹⁷ <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/01/28/economia-informal-se-afianza-en-mexico> visitada el 06 de agosto de 2009 16:16 hrs.

¹¹⁸ **Comercio ambulante:** La persona que usa las vías públicas para realizar actividades mercantiles de cualquier tipo, ya sean en puestos fijos, semifijos o en forma ambulante.

¹¹⁹ **Desempleo:** El término desempleo es sinónimo de desocupación o paro. El desempleo está formado por la población activa (en edad de trabajar) que no tiene trabajo. No se debe confundir la población activa con la población inactiva. Existen tres tipos de desempleo que en economías periféricas suelen ser cuatro (incluyendo el desempleo estacional). Estos tipos de desempleo son el cíclico, el estructural, el friccional y el estacional.

La economía informal se ha convertido ya en una de las grandes realidades urbanas insalvables y que parece ir en crecimiento. En una cuestión compleja que ha tenido un desarrollo acelerado en los últimos años.

El empleo informal es importante en cada sector de la economía.

Es necesario definir que entendemos por economía.¹²⁰ Por economía se entiende que es la ciencia social que estudia las relaciones sociales que tienen que ver con los procesos de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de satisfacción de necesidades humanas y resultado individual y colectivo de la sociedad. Otras ciencias ayudan a avanzar en este estudio: la psicología y la ética intentan explicar cómo se determinan los objetivos, la historia registra el cambio de objetivos en el tiempo, la sociología interpreta el comportamiento humano en un contexto social y la ciencia política explica las relaciones de poder que intervienen en los procesos económicos.

El estudio de la ciencia económica puede dividirse en dos grandes campos: la microeconomía y la macroeconomía.

- a) La microeconomía (o teoría de los precios) estudia el comportamiento individual de los agentes económicos, principalmente las empresas y los consumidores. La microeconomía explica cómo la interacción de la oferta y la demanda en mercados competitivos determinan los precios de cada bien, el nivel de salarios, el margen de beneficios y las variaciones de las rentas. Parte del supuesto de comportamiento racional. Los ciudadanos gastarán su renta intentando obtener la máxima satisfacción posible, es decir, maximizar su utilidad. Por su parte, los empresarios intentarán maximizar sus beneficios.

¹²⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Economía>, consultada el día 15 de agosto de 2009. 18:30 hrs.

b) La macroeconomía analiza las variables agregadas, como la producción nacional total, el ingreso, el desempleo, la balanza de pagos y la tasa de inflación. Así, comprende los problemas relativos al nivel de empleo y al índice de ingresos o renta de un país. El estudio de la macroeconomía surgió con la publicación de La teoría general sobre el empleo, el interés y el dinero (1936), del economista británico John Maynard Keynes.

4.2 Causas de origen de la Economía Informal

Consideró que una de las causas que dan origen a la Economía Informal, son las propias leyes, los reglamentos y los trámites que obstaculizan a quienes quieren emprender un negocio lo haga por la vía plenamente legal. Esto hace que sea mucho más fácil proceder mediante el incumplimiento de la ley, lo que es la principal característica de la economía informal.

Existen trámites y permisos que tienen un costo muy alto que el emprendedor no puede pagar por ello.

Citamos como ejemplo los requisitos y trámites legales que se necesitan realizar para abrir un negocio:

Marco Legal - Licencias y permisos para iniciar operaciones¹²¹

El establecimiento o constitución de un negocio o empresa requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y trámites legales ante autoridades gubernamentales, privadas y sociales. A continuación se enumeran algunas de las dependencias a las que deberá acudir y los trámites que deben realizarse:

¹²¹ <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=4&sg=28>, consultada el día 06 de diciembre de 2009, a las 18:48 hrs.

1. Secretaría de Relaciones Exteriores (en el caso de sociedades)

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), por medio de la Dirección General de Permisos, artículo 27 constitucional, autoriza la constitución de una sociedad. La SRE resuelve si la denominación o razón social no está registrada con anterioridad y autoriza la determinación del objeto social.

I. Notario Público/Registro Público de Comercio (en el caso de sociedades)

La constitución de la sociedad se formaliza mediante un contrato social denominado escritura constitutiva, que establece los requisitos y reglas a partir de las cuales habrá de funcionar la sociedad. Entre otros datos contienen:

1. Datos generales de los socios.
2. Objeto social.
3. Denominación o razón social.
4. Duración de la sociedad.
5. Importe del capital social.
6. Domicilio social.
7. Órgano de administración.
8. Vigilancia.
9. Bases para la liquidación.

2. Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Dentro del mes siguiente a:

- I. Su constitución, las sociedades (personas morales).
- II. Haber realizado situaciones jurídicas que de hecho den lugar a presentación de declaraciones periódicas (apertura), las personas físicas con actividades empresariales y las personas morales residentes en el extranjero deben solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (forma HRFC-1, en original y cinco copias), donde reciben una clave que les identifica en lo subsecuente ante la autoridad fiscal.

También la SHCP mantiene el Padrón de Proveedores de la Administración Pública Federal, al que deben registrarse las empresas o personas que deseen efectuar transacciones comerciales con las diferentes dependencias de la administración pública.

3. Secretaría de Salud

Las actividades relacionadas con la salud humana requieren obtener, en un plazo no mayor de 30 días, de la Secretaría de Salud o de los gobiernos estatales, una autorización que podrá tener la forma de: Licencia Sanitaria, Permiso Sanitario, Registro Sanitario, Tarjetas de Control Sanitario. Esta licencia tiene por lo general una vigencia de dos años y debe revalidarse 30 días antes de su vencimiento.

4. Instituto Mexicano del Seguro Social

El patrón (la empresa o persona física con actividades empresariales) y los trabajadores deben inscribirse en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), dentro de un plazo no mayor de cinco días de iniciadas las actividades. Al patrón se le clasificará de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo, base para fijar las cuotas que deberá cubrir.

5. Institución Bancaria

En el banco seleccionado se abre la cuenta de cheques y se recurre a solicitar financiamiento, se paga todo tipo de impuestos (al igual que servicios tales como electricidad, teléfonos y gas entre otros) y se presentan declaraciones, aun cuando no originen pago.

De igual manera, el patrón y los trabajadores deben inscribirse ante el Sistema de Ahorro para el Retiro (subcuentas IMSS e Infonavit, forma SAR-01-1, SAR-01-2, SAR-04-1 o sus equivalentes en medios magnéticos). En el banco, más adelante se depositarán en forma bimestral las aportaciones correspondientes.

6. Sistema de Información Empresarial Mexicano

De acuerdo con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, todas las tiendas, comercios, fábricas, talleres o negocios deben registrarse en el Sistema Empresarial Mexicano (SIEM) con lo cual tendrán la oportunidad de aumentar sus ventas, acceder a información de proveedores y clientes potenciales, obtener información sobre los programas de apoyo a empresas y conocer sobre las licitaciones y programas de compras del gobierno.

7. Coparmex

En forma opcional, el patrón puede inscribirse en la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex).

8. Sindicato

Aun cuando no existe obligación legal de afiliar a los trabajadores ante algún sindicato, los trabajadores pueden constituirse en sindicato cuando se conjunten más de veinte trabajadores en activo. En la práctica los diferentes sindicatos, reconocidos por las autoridades del trabajo en el ámbito federal o local, buscan forzar la contratación colectiva de los trabajadores y su respectiva afiliación, por lo que es conveniente entablar pláticas con alguna central obrera antes de constituirse, y así no tener que negociar bajo presión.

9. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Al iniciar operaciones y posteriormente cada año, se debe dar aviso de manifestación estadística ante la Dirección General de Estadística, dependiente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

10. Secretaría de Economía

Esta secretaría (SE) debe verificar y autorizar todos los instrumentos de medidas y pesas que se usen como base u objeto de alguna transacción comercial. Reglamenta y registra las Normas Oficiales Mexicanas (NOM)

que son obligatorias para ciertos productos (instrumentos de medición y prueba, ropa y calzado, salud, contaminantes, entre otros). También existen normas opcionales, cuya adopción permite la autorización para el uso del sello oficial de garantía, siempre y cuando se cumplan con las especificaciones de un sistema de control de calidad. Asimismo puede emitir, a petición y según previa comprobación, un certificado oficial de calidad. La Secretaría (SE) estipula y controla los registros de las marcas, nombres comerciales, patentes y otras formas de propiedad industrial.

Cuando la empresa tiene accionistas o socios extranjeros se deberá inscribir en el Registro Nacional de Inversión Extranjera que se lleva en la SE. Por último, se recomienda visitar el sitio web de esta secretaría www.siem.gob.mx porque en ella se localizan los diversos programas de apoyo para las empresas que radican en el país.

11. Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca

Las empresas que emitan a la atmósfera olores, gases, o partículas sólidas o líquidas deben solicitar una licencia de funcionamiento expedida por esta secretaría (SEMARNAP). Estas emisiones deberán sujetarse a los parámetros máximos permitidos por la ley.

12. Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Todos los negocios deben cumplir con el Reglamento Federal de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo y Normas Relativas.

13. Comisión Nacional del Agua

En caso de no estar conectado a alguna red de agua potable y alcantarillado se debe solicitar permiso ante la Comisión Nacional del Agua para obtener derechos de extracción de agua del subsuelo, y de igual manera se deben registrar las descargas. En ambos casos se origina el pago de derechos.

14. Otras autorizaciones

Como las relativas a la Comisión Federal de Competencia, Comisión Federal de Electricidad, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, entre otras.

Dos antiguas condiciones que hicieron no sólo posible sino hasta necesario el surgimiento y crecimiento de la economía informal:

- a) En lo político, la instauración del corporativismo.

- b) En lo económico la adopción del modelo de la sustitución de importaciones, las que dieron origen a toda una estructura institucional pesada, costosa y obsoleta.

Las numerosas privatizaciones de empresas estatales, continuaron los altos costos para "cumplir con reglamentos y regulaciones".

Los numerosos trámites, la corrupción de las burocracias y los procesos complicados plantearon incentivos para la evasión, por ejemplo:

- a) El mercado laboral
- b) La estructura fiscal
- c) La normatividad para el establecimiento y operación de negocios.
- d) La abundancia de mano de obra, cuando es rasgo estructural de una economía.
- e) La baja utilidad que trabajadores y empresas perciben por el pago de contribuciones fiscales y sociales es muy bajo.

Las complejas regulaciones existentes son difíciles de cumplir, lo que da lugar a que sean el abono óptimo para el florecimiento de la corrupción y para la evasión de los marcos legales.

La economía informal resulta ser alarmante pues genera nichos¹²² de delincuencia organizada, conflictos sociales como lo más recientes en la ciudad de México (Tepito), etc.,

Ha resultado ser una válvula de escape para millones de personas en el país, ante la falta de empleos o del bajo poder adquisitivo¹²³ de los salarios, lo que hasta cierto punto ha evitado un mayor descontento social.

Los mecanismos que empleen las autoridades como dispositivos policíacos o retenes, tan sólo serán medidas de uno o dos días, aunque es necesario señalar que ello involucra además otro tipo de análisis como el político y el social.

El tamaño de la economía informal no sólo será constante sino incluso seguirá creciendo.

La economía informal genera casi la mitad del total de empleos en el mundo.

La característica fundamental de las actividades informales es la precariedad de las condiciones de trabajo en el cual se encuentra el trabajador.

4.3 Definición de Economía Informal

Dentro del análisis del tema es importante conocer que es economía. Se denomina economía sumergida o economía informal al sistema de intercambio de bienes que permanece ajeno al control del Estado. Por su

¹²² **Nicho:** Porción del mercado, habitualmente pequeña, que responde a necesidades muy específicas de los consumidores, o a ofertas muy específicas de los productores.

¹²³ **Poder adquisitivo:** Es el monto de valor de un bien o un servicio comparado al monto pagado. Como notó Adam Smith, el tener dinero otorga a uno la habilidad de "tener el mando" del trabajo de otros, por lo que el poder adquisitivo hasta cierto punto es poder sobre otras personas, hasta el punto que están dispuestos a negociar su trabajo o bienes por dinero.

naturaleza (la imposibilidad del Estado de cuantificarla), no está incluida en el Producto Interno Bruto (PIB), a diferencia de la economía formal.

Aunque la economía informal se ha asociado frecuentemente a países en desarrollo y economías emergentes, todos los sistemas económicos¹²⁴ participan en algún grado en las economías sumergidas existentes a escala local. Como ejemplo se menciona la prostitución, los trabajadores sin contrato, los trabajos a domicilio sin factura (tales como arreglos de fontanería, electricidad, etc.) en los que no se paga el IVA.

También podrían entrar en esta categoría los sobornos¹²⁵, diversos tipos de "regalos" (a cambio de información, influencias, etc.), las mafias, piratería, las propinas, la mayoría de los gremios, talleres clandestinos, comercio ambulante, la venta de sustancias ilegales, etc.

Existen numerosas acepciones en el habla popular para designar esta economía: "pagar bajo cuerda" o "pagar bajo la mesa"; "fuera de los libros" (de contabilidad), "pagar en B" (del inglés *black*, negro). El término mercado negro¹²⁶ se refiere específicamente a una porción de la economía informal en la cual se utiliza el contrabando.¹²⁷

¹²⁴ **Sistemas económicos:** Son un mecanismo (institución social) que organiza la producción, distribución y consumo en el beneficio de una sociedad particular

¹²⁵ **Soborno:** Entregar o prometer dinero o cualquier otra utilidad a un testigo para que falte a la verdad o guarde silencio total o parcialmente en un testimonio.

¹²⁶ **Mercado negro:** Es el término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas. El fenómeno del mercado negro surge en tiempos de crisis o en periodos de control gubernamental de la economía, usualmente cuando la escasez de bienes de primera necesidad obliga a los gobiernos a imponer controles de precios o racionamiento de bienes. En estas circunstancias, los vendedores estarían dispuestos a saltarse las leyes con tal de conseguir mayores ganancias, en tanto que los compradores estarían dispuestos a pagar precios más elevados (a veces no les quedaría más remedio) para conseguir un activo que les es prohibido o limitado, es decir que exista más demanda que oferta, pero que la oferta exista pero no se venda por estas prohibiciones o porque simplemente los comerciantes pueden vender a un mejor precio en un mercado no establecido, como lo es un mercado negro.

¹²⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Economía_informal, visitada el 05 de agosto de 2009. 15:45 hrs.

4.4 Características de la Economía Informal¹²⁸

Para la Organización Internacional de Empleadores, la economía informal está integrada por:

1. Los empleadores y trabajadores que no pueden encontrar oportunidades de empleo o de negocio en la economía formal – en cuyo caso se trata de una estrategia de supervivencia – así como aquellos que escogen mantenerse en la informalidad;
2. Las personas que consideran que los costos que entraña el cumplimiento de la legislación y la reglamentación para realizar actividades económicas en el marco de la economía formal a menudo sobrepasan los beneficios;
3. Las personas que atienden con frecuencia a consumidores relativamente pobres y que exigen bienes y servicios a precios accesibles;
4. Las personas que han tenido que elaborar sus propias reglas o normas para suplir las que el Estado no ha sido capaz de proporcionar, o por carecer de acceso a ellas.

La Organización Internacional de Empleadores considera que la economía informal abarca tanto actividades empresariales como trabajadores. La expresión "economía informal" resulta más apropiada que la de "sector informal¹²⁹", puesto que se aplica a numerosos sectores de actividad económica¹³⁰.

128

<http://www.coparmex.org.mx/contenidos/publicaciones/Entorno/2002/mar02/c.htm>, visitada el 10 de agosto de 2009, 17:30 hrs.

¹²⁹ **Sector informal:** La expresión "sector informal" (también llamado «sector no estructurado») se utilizó por primera vez por la OIT en un estudio titulado: *Employment, incomes and equality: A strategy for increasing productive employment in Kenya* (Ginebra, 1972). Una de las conclusiones principales a que se llegó en estos informes fue que el problema social más importante en algunos países no era el desempleo, sino la existencia de un gran número de

Aunque no bastará con una definición única, debido a la complejidad y a la multitud de formas que reviste en distintos países, debería no obstante reconocerse que la economía informal consiste en actividades económicas con distintos niveles de complejidad de modo que:

1. En el extremo inferior se encuentran principalmente trabajadores independientes, que comercian con productos básicos como son los alimentos o prestan servicios de transporte elementales;
2. En el nivel intermedio se encuentran aquellos que se dedican a un comercio más organizado y a la transformación simple y a pequeña escala de bienes básicos para los consumidores de la economía informal, (se cita como ejemplo el mercado de la Merced);
3. En el extremo superior se encuentran los que se dedican a la fabricación a pequeña escala con bajo nivel tecnológico, o que prestan servicios tales como la reparación de maquinaria y vehículos.

La Organización Internacional de Empleadores no considera que la informalidad sea consecuencia de la mundialización porque los orígenes de la economía informal son anteriores a la actual fase de la mundialización. Son las carencias políticas e institucionales las que siguen contribuyendo a la informalidad, y así dan lugar a la economía informal que representa un refugio para aquellos que, de otro modo, carecerían de empleo, de oportunidades de negocio o de fuentes de ingresos.

La Organización Internacional de Empleadores reconoce que la economía informal tiene características positivas y negativas, tales como las que a continuación se enumeran:

«trabajadores pobres», que producen bienes y servicios sin que sus actividades estén reconocidas, registradas o protegidas por las autoridades públicas.

¹³⁰ **Actividad económica:** Cualquier actividad de carácter empresarial, profesional o artístico siempre que suponga la ordenación por cuenta propia de los medios de producción, de los recursos humanos, o ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios. La actividad económica casi siempre tiene el objetivo de crear un excedente (ganancia), que podrá ser reinvertido o repartido entre los integrantes de la organización

a) Positivas

1. Su gran potencial empresarial, que podría fructificar si se ayuda a quienes están en la economía informal a pasar a la economía formal;
2. Su capacidad para absorber la mano de obra excedentaria (como empresarios, trabajadores independientes o trabajadores asalariados) que, de otro modo, carecería de empleo o de ingresos.

b) Negativas

1. Actividades al margen del marco reglamentario y administrativo general, que desembocan en el incumplimiento de la legislación y la evasión fiscal, creando de este modo una carga injusta para los empleadores de la economía formal y causando una pérdida de ingresos al gobierno;
2. La falta de protección social, de seguridad y de derechos laborales;
3. La competencia desleal con la economía formal;
4. Remuneraciones relativamente bajas, malas condiciones de trabajo y de seguridad y salud, escasa productividad y empleo relativamente inestable, pese a que muchos trabajadores independientes y empresarios obtienen ingresos superiores a los de los trabajadores no calificados de la economía formal.

4.5 Mercado Laboral

Podemos definir al mercado laboral en donde confluyen la demanda y la oferta de trabajo.¹³¹ Forma de llamar el ámbito en el cual se relacionan las necesidades de las empresas y de los demandantes de empleo.

¹³¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_laboral, visitada el 23 de julio de 2009 a las 15:00 hrs.

Estadísticamente nos indica la evolución de los sectores económicos y las tendencias sociales en materia laboral.¹³²

Desde fines del siglo XIX los Estados de todo el mundo han dictado leyes laborales para regular los mercados de trabajo y proteger a los trabajadores. Este conjunto de normas se denomina derecho laboral.

Las normas del derecho laboral tienen la característica general de ser de aplicación obligatoria, sin poder ser renunciadas, a menos que las condiciones de trabajo sean más beneficiosas para el trabajador.

4.6. Condiciones de Empleo

Las condiciones de trabajo son un área interdisciplinaria relacionada con la seguridad, la salud y la calidad de vida¹³³ en el empleo.¹³⁴

Las condiciones de empleo se han convertido en un elemento determinante de las condiciones de trabajo, cuya calidad está cada vez más ligada a las características de la contratación. En la actualidad, el trabajo temporal ha dejado de ser una situación pasajera hacia el empleo estable y se estabiliza como horizonte laboral de amplios colectivos y de sectores enteros (jóvenes, mujeres, inmigrantes, sector de construcción, etcétera).¹³⁵

¹³² http://www.oficinatraball.net/socweb/export/sites/default/socweb_es/auxiliar/glossari.htm, visitada el 4 de agosto de 2009 a las 20:32 hrs.

¹³³ **Calidad de vida:** Un indicador común para medir la calidad de vida es el Índice de Desarrollo Humano (IDH), establecido por las Naciones Unidas para medir el grado de desarrollo de los países a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), cuyo cálculo se realiza a partir de las siguientes variables: Esperanza de vida. Educación, (en todos los niveles). PBN *per Capita*. Los países con el IDH más alto son Islandia, Noruega, Australia, Suecia, Canadá y Japón. De Latinoamérica, Argentina, Uruguay, Chile y Costa Rica.

¹³⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Condiciones_de_trabajo, visitada el 3 de agosto de 2009 a las 18:00 hrs.

¹³⁵ http://www.istas.ccoo.es/descargas/gverde/CONDICIONES_EMPLEO.pdf, visitada el 4 de agosto de 2009 a las 20:00 hrs.

Desde 1950 la Organización Internacional del Trabajo y la Organización Mundial de la Salud comparten definiciones comunes.

La razón para establecer buenos estándares de salud y seguridad en el sitio de trabajo suelen ser los siguientes:

1. **Morales:** Un empleado no debería correr riesgos de sufrir accidentes en el trabajo, ni tampoco otras personas relacionadas con la actividad laboral.
2. **Económicas:** Muchos gobiernos aceptan que las malas condiciones de trabajo redundan en un mayor costo para el estado, por el costo del pago del seguro social para los discapacitados y del tratamiento médico, y la disminución de la fuerza laboral. Las organizaciones también pueden sufrir desventajas económicas, tales como los costos burocráticos, la disminución de la producción, y la pérdida de la imagen positiva ante los restantes empleados, los consumidores y el público en general.
3. **Legales:** Los requerimientos mínimos de salud y seguridad en las condiciones de trabajo suelen estar tipificados en el Derecho penal o el Derecho civil; suele considerarse que sin la presión legal las organizaciones podrían no sentirse obligadas a afrontar los costos de mejorar las condiciones de trabajo sólo por las razones morales o de ganancia a largo plazo.

4.7. Definición de Economía Social¹³⁶

La economía social designa a una parte de la realidad social diferenciada tanto del ámbito de la economía estatal del sector público como de la economía privada de naturaleza capitalista. La concreción científica, con criterios precisos de delimitación, de este ámbito o sector institucional,

¹³⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Economía_social visitada el 4 de agosto de 2009 a las 21:00 hrs.

sigue alimentando en la actualidad interesantes debates, tanto en la comunidad académica como fuera de ésta.

Más, a este debate actual sobre la delimitación del "territorio economía social" se suman otros dos:

- a) por un lado, esa misma locución ha sido y sigue siendo utilizada en las ciencias sociales con otro significado, el de un enfoque metodológico;
- b) por otro lado, otras locuciones refieren a realidades sociales afines o próximas, con mayor o menor nivel de aceptación según los países y los campos científicos, casos de las locuciones *economía solidaria*, *sector no lucrativo*, *sector voluntario*, *sector social*, *sector solidario* o *iniciativa social*.

La noción de *economía social* en su acepción dominante actual toma progresivamente fuerza a partir de finales de los años setenta en países europeos como Francia, Bélgica, España y Portugal, refiriéndose al campo de la realidad integrado por aquellas formas sociales privadas que en su funcionamiento no encajan o cuestionan la lógica de funcionamiento y de desarrollo capitalista. En la actualidad, además de los anteriores países, goza de un reconocimiento creciente en Italia, Grecia, Suecia y Reino Unido, auspiciado especialmente por las instancias comunitarias y la actividad educativa.

La economía social integra dos subsectores:

- a) El subsector de mercado, integrado por las empresas con organización democrática (una persona = un voto) y con distribución de beneficios no vinculada al capital aportado por el socio.

Este subsector estaría formado, según Barea y Monzón, por las siguientes formas jurídicas:

- I. Cooperativas,
 - II. Sociedades laborales,
 - III. Sociedades Agrarias de Transformación,
 - IV. Empresas mercantiles no financieras controladas por agentes de la economía social,
 - V. Cooperativas de crédito y secciones de crédito de las cooperativas,
 - VI. Cajas de ahorro¹³⁷,
 - VII. Mutualidad de seguros¹³⁸,
 - VIII. Mutualidades de previsión social,
- b) El subsector de no mercado, que integraría a las instituciones privadas sin fines de lucro al servicio de los hogares.

Este subsector estaría integrado, según ambos autores referidos, por las siguientes formas jurídicas:

- a. Asociaciones,
- b. Fundaciones,
- c. Otras formas jurídicas.

4.8. La Economía Informal en México

La economía informal como un suceso socioeconómico y manifestación social, obedece a tres aspectos:¹³⁹

¹³⁷ **Cajas de ahorro:** Es una organización económica social de personas que se asocian con dos objetivos principales: ahorrar y prestarse entre sí dinero con atractivas tasas de interés. En las operaciones que llevan a cabo las cajas de ahorro no existe un beneficiario único que obtenga ganancias de éstas. Los depósitos en ahorro y el otorgamiento de préstamos tienen bajas tasas de interés porque las transacciones se realizan entre socios y no necesariamente se persigue un fin de lucro. En una caja de ahorro no existen los Usuarios, ni los clientes; todos los integrantes son socios, es por ello que comparten los riesgos de las operaciones.

¹³⁸ **Mutualidad de seguros:** Conjunto de personas que actúa voluntariamente para constituir un fondo de ayuda económica, mediante aportaciones periódicas en efectivo a título de colaboración espontánea cuya finalidad es el auxilio a sus miembros en caso de enfermedades, accidentes y otros riesgos naturales.

¹³⁹ http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/010926133228-3_.html, consultada el 18 de agosto de 2009. 22:19 hrs.

- a) El coyuntural. "La economía formal y el aparato productivo de bienes y servicios han sido incapaces de proporcionar empleo estable y bien remunerado a los trabajadores en general y a los jóvenes y mujeres que se incorporan cada año al mercado laboral, lo cual se agudiza por los programas de reajuste económico, las migraciones internas y externas, sobre todo a la gran ciudad, provenientes del campo o de las ciudades pequeñas y marginales, así como por la aplicación indiscriminada de las nuevas tecnologías del aparato productivo".

Podemos citar como ejemplo a Estados Unidos y Canadá:

- I. Estados Unidos recibe actualmente un número importante de migrantes de diferentes países del mundo, un alto porcentaje proviene de Latinoamérica y particularmente de México. La inmigración mexicana comenzó de manera constante cuando los norteamericanos ingresaron a la Segunda Guerra Mundial, ya que requerían de mano de obra que pudiera sustituir y producir lo necesario para hacer frente de guerra. El programa Braceros firmado entre México y los Estados Unidos en 1942, solucionó este problema contratándose aproximadamente 5 millones de trabajadores mexicanos. Este programa se extendió a petición de Estados Unidos hasta 1964¹⁴⁰.

En 1986 surge la Ley Simpson-Rodino, que en su esencia no pretendía evitar la entrada de trabajadores indocumentados mexicanos, sino que tenía la intención de ejercer un mayor control sobre los inmigrantes de todas las nacionalidades. Los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001, han impactado la política bilateral entre México y Estados Unidos en materia migratoria, de tal forma que el flujo migratorio ilegal y legal se ha visto afectado.

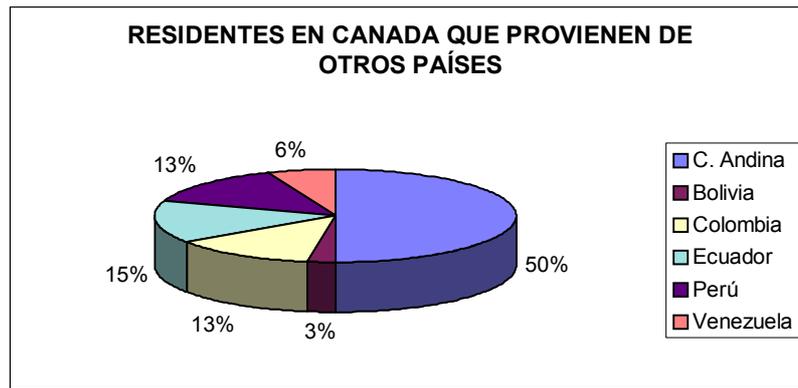
¹⁴⁰ http://csh.izt.uam.mx/cen_doc/cedefna/abr06/abr06eu.doc, consultada el 06 de diciembre de 2009. 19:32 hrs.

Por otro lado, hay que destacar que las diferentes oscilaciones del fenómeno migratorio están asociadas a circunstancias económicas y sociopolíticas en el país de origen. Por otra parte también encontramos que se debe a las políticas migratorias del país receptor. A mediados del siglo XX comenzaron a cobrar intensidad las corrientes procedentes de América Central y de Sudamérica. En este sentido debemos mencionar que no solamente tienen gran presencia en este país los migrantes mexicanos, ya que también ha ido creciendo la cantidad de migrantes centroamericanos que residen en Estados Unidos.

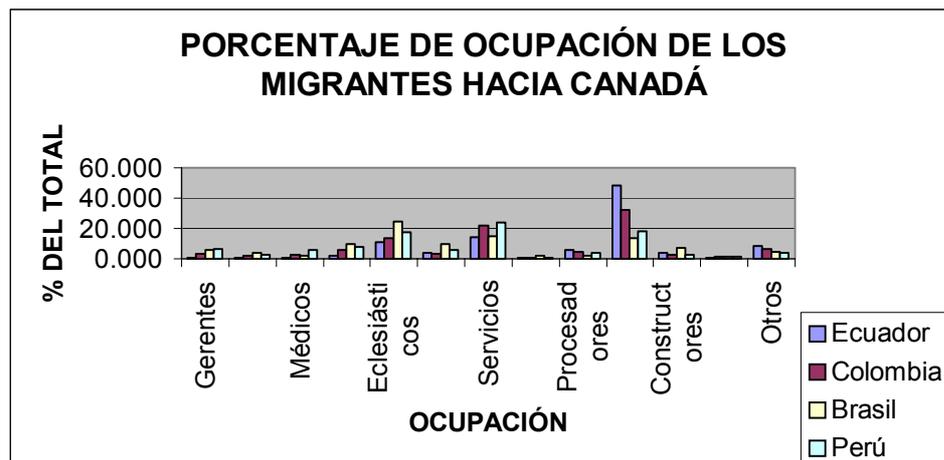
Un problema grave con respecto a esta situación son las políticas restrictivas y de mayor control por parte de los Estados Unidos hacia la movilidad laboral, lo cual ha traído como consecuencia un incremento en los servicios de tráfico ilícito de personas, es decir, un incremento de la migración indocumentada. Sin embargo, esta situación no sólo se debe al crecimiento de las restricciones por parte del gobierno de Estados Unidos para que los migrantes puedan llegar a este país legalmente, sino a la creciente expulsión que se da en los países de origen, principalmente atribuida a factores económicos.

- II. Canadá¹⁴¹. Entre los años 1995 y 2000, llegaron casi 12 millones de migrantes a los países desarrollados, de los cuáles Canadá recibió 1.4 millones al año, provenientes principalmente de la Comunidad Andina, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Como se muestra en el siguiente cuadro el 50 % de las personas que llegan a Canadá provienen de la Comunidad Andina, mientras que una mínima parte proviene de Bolivia (3%).

¹⁴¹ http://csh.izt.uam.mx/cen_doc/cedefna/abr06/abr06can.doc, consultada el 06 de diciembre de 2009. 19:45 hrs.



La migración es un recurso vital para Canadá, puesto que ayuda al crecimiento de su fuerza laboral, como se ha expresado en el reciente Plan Presupuestario 2005, en el que se indica que dentro de diez años los migrantes ocuparán las mayores tasas de fuerza laboral Canadiense.



Los datos de la gráfica anterior muestran que sólo el 4.1% de los migrantes que provienen de Ecuador son profesionistas, mientras que el 48.5% son mecánicos.

El 24% de los migrantes que llegan de Perú se dedican al sector de los servicios, debido a que este es uno de los más importantes en Canadá.

En la ocupación de eclesiásticos, los brasileños se posicionan en el primer lugar con un 24.2% del total, mientras que los ecuatorianos participan con un 0.40%.

A pesar de que sectores como el de agricultura y el transporte son importantes y esenciales, sólo el 3.8% se dedican al primero mientras que el 4.8% al segundo.

- b) El estructural. Aunque la economía informal inició por la insuficiencia del desarrollo industrial, se ha convertido en una situación permanente, como consecuencia de la crisis del capitalismo.
- c) Las políticas neoliberales. "La economía informal se ha desarrollado y se consolida como parte de la nueva economía globalizada con el máximo de descentralización operativa".

Para los trabajadores de la economía informal ésta actividad ha sido la vía para satisfacer sus necesidades elementales. Entre las que se encuentran las siguientes:

- a) Los ingresos que perciben son superiores a los salarios mínimos legales establecidos que se pagan en el país.
- b) La continúa amenaza del desempleo y la inestabilidad en el trabajo asalariado.
- c) La idea de independencia frente al trato de los patronos
- d) La ilusión de la mejoría por el esfuerzo propio.

4.9. Economía informal y regulación¹⁴²

Existen cinco indicadores básicos:

- e) empezar un negocio,
- f) contratar y despedir trabajadores,
- g) cumplimiento de contratos,
- h) obtención de crédito y
- i) cierre de un negocio.

¹⁴² <http://www.diputados.gob.mx/cesop/doctos/Economia%20informal.pdf> consultada el 10 de octubre de 2009 a las 21.21 hrs.

4.10. El mercado de trabajo en México

Se denomina mercado de trabajo o mercado laboral al mercado en donde confluyen la demanda y la oferta de trabajo. El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, de comodidades, etc.) se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo suele estar influido y regulado por el Estado a través del derecho laboral y por una modalidad especial de contratos, los convenios colectivos de trabajo.¹⁴³

Podemos definir al mercado de trabajo como aquel en donde los individuos intercambian servicios de trabajo, los que compran servicios de trabajo son las empresas o empleadores de la economía. Estos configuran la demanda de trabajo. Los que venden servicios de trabajo son los trabajadores y ellos conforman la oferta de trabajo. La interacción de demanda y oferta de trabajo determina los salarios que se pagan en la economía.¹⁴⁴

Mercado donde se contrata uno de los tres factores de producción:

- a. El trabajo
- b. La oferta la constituyen los trabajadores en busca de empleo y
- c. La demanda los empresarios que buscan mano de obra.¹⁴⁵

Para que exista mercado de trabajo es requisito indispensable que el trabajador sea libre, de lo contrario lo que se presenta es en realidad una relación de esclavitud cuyo intercambio se produce en un mercado de personas. A tal efecto, la libertad sindical ha sido considerada un componente indispensable de la libertad de trabajo.

¹⁴³ http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_de_trabajo, consultada el día 13 de agosto de 2009. 23:15 hrs.

¹⁴⁴ <http://www.monografias.com/trabajos59/mercado-trabajo/mercado-trabajo.shtml#xdefinicionmercado>, consultada el día 14 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

¹⁴⁵ http://portal.lacaixa.es/docs/diccionario/M_es.html#MERCADO-DE-TRABAJO consultada el día 14 de agosto de 2009. 18:50 hrs.

En el mercado de trabajo se denomina "trabajador" al que ofrece su trabajo, y "empleador" al que demanda trabajo. El acuerdo entre el trabajador y el empleador da origen a la relación laboral la cual se formaliza a través de un contrato de trabajo. El precio del trabajo se denomina salario o remuneración.¹⁴⁶

La denominación "mercado de trabajo" ha sido cuestionada en términos económicos un mercado es un espacio en el que se ofrecen y demandan mercaderías, las que son objeto de comercio. Debido a la naturaleza peculiar del trabajo, se ha establecido que el trabajo no debiera ser considerado como una mercadería.

4.11. La Economía Informal y recaudación fiscal¹⁴⁷

La economía informal no es un organismo benigno, simplemente genera empleos para la subclase. En cambio, ésta interactúa con el impacto de la economía legítima de igual forma. Al no pagar impuestos, servicios públicos o rentas, los comerciantes informales han logrado reducir los precios minoristas hasta en 70%, llevando a miles de propietarios de tiendas legítimas fuera del negocio.¹⁴⁸

La economía informal, abarca todas las transacciones económicas que no pagan impuestos cuando lo deberían hacer. Incluye actividades ilegales como el contrabando y la venta de narcóticos, que por su propia naturaleza no pagan impuestos. Las principales involucran los ingresos de los changarros y del autoempleo, pero también incluye el trueque¹⁴⁹ de bienes

¹⁴⁶<http://www.monografias.com/trabajos59/mercado-trabajo/mercado-trabajo.shtml#xdefinicionmercado>, consultada el día 14 de agosto de 2009. 19:50 hrs.

¹⁴⁷ **Recaudación fiscal:** Proceso mediante el cual las autoridades tributarias cobran a los causantes y contribuyentes todo tipo de impuestos, derechos, productos, aprovechamientos, y contribuciones establecidos en la Ley de Ingresos de la Federación.

¹⁴⁸<http://www.castillomiranda.com.mx/espanol/Publicaciones/ArchivoPDF/GAL%20Econom%C3%ADa%20informal.pdf>, consultada el día 17 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

¹⁴⁹ **Trueque:** Es el intercambio de objetos o servicios por otros objetos o servicios y se diferencia de la compraventa en que no hay dinero involucrado en el intercambio. Al contrato por el cual dos personas acuerdan un trueque se le denomina permuta. Para que

y servicios. Una de las principales razones por las que el Gobierno tiene una pobre recaudación es la existencia de una economía informal muy grande. Al ver que existe muy poca recaudación, el Gobierno aumenta los impuestos, pero lo único que consigue es fomentar todavía más la evasión fiscal. El problema que genera es que faltan recursos para obras públicas, educación, salud y el combate a la pobreza. Según estudios de la Organización Internacional del Trabajo, si un establecimiento tiene de uno a cinco empleados es muy probable que sea parte de la economía informal.

Un buen número de estudios manifiestan cuáles son las causas de la economía informal.

- a) La primera es la cantidad de impuestos y contribuciones al Instituto Mexicano del Seguro Social por concepto de aportaciones de seguridad social.
- b) La segunda involucra la cantidad de regulaciones, requisitos y restricciones que impone el Gobierno al trabajo.
- c) La tercera involucra la gobernabilidad, es decir, la falta de fortaleza y eficiencia de las instituciones públicas.
- d) La última es la corrupción. Sin lugar a dudas, el tamaño sustancial de nuestra economía informal es resultado de un equilibrio negativo: discreción regulatoria, impuestos elevados, alta corrupción y un estado de derecho endeble¹⁵⁰.

4.12. Consecuencias de la Economía Informal

1. La falta, o la debilidad de las instituciones de apoyo y refuerzo del mercado, que resultan esenciales para el adecuado funcionamiento de una economía de mercado. Estas instituciones pueden ser tanto formales como informales, adaptadas a la situación y a la cultura de cada sociedad.

exista el trueque entre individuos debe existir previamente la institución de la propiedad privada; condición no necesaria en el trueque entre grupos (propiedad colectiva).

¹⁵⁰ **Endeble:** Débil.

2. En los casos en que estas instituciones existen, no actúan con imparcialidad, de modo que el acceso a las mismas queda reservado a una minoría;
3. Unos costos de transacción (aquellos que vienen determinados por las normas y reglamentos que inciden sobre las actividades económicas) exagerados y una regulación excesiva, que resultan a menudo de normativas mal elaboradas y entorpecedoras, que erigen obstáculos para los negocios y desembocan en unos sistemas de administración pública ineficaces y corruptos.
4. La falta de un régimen adecuado de derechos de propiedad, que impide la creación del capital nacional necesario para el desarrollo de las empresas.
5. La falta de acceso al crédito, debida a la falta de derechos de propiedad y a la incapacidad del sistema del mercado financiero para prestar servicio a los empresarios de la economía informal, lo cual obliga a las empresas informales a desarrollar sus propios sistemas de crédito o a endeudarse con tasas de interés más elevadas.
6. La falta de un régimen legal propicio que esté al alcance de los pobres (por ejemplo para el cumplimiento de los contratos) y permita las transacciones comerciales, así como del respeto al estado de derecho.
7. La falta de acceso a los seguros, la información del mercado y la tecnología.
8. La migración del sector rural al urbano, a menudo en busca de unos empleos que no existen.
9. La falta de educación y de calificaciones para integrarse en la economía formal, así como las elevadas tasas de analfabetismo de algunos países. Esta carencia hace que muchos trabajadores no puedan acceder a los empleos disponibles, y puede impedir la

creación de nuevos puestos de trabajo para los que se requiere una fuerza de trabajo educada y calificada.

10. La incapacidad para obtener crecimiento demostrado durante varios decenios por distintos modelos de desarrollo, así como las importantes crisis de la deuda que afectan a algunos países.

4.13. El trabajo formal versus el trabajo informal

Los aspectos que debemos reconocer de un trabajo formal son:

a) Firma de Contrato:

1) Prestación de Servicios,

b) Prestaciones

- Seguro Social
- INFONAVIT
- Aguinaldo 15 días
- Vacaciones 6 días por año
- Utilidades

c) La experiencia

d) Antigüedad

e) Bonos

f) Descuentos por el pago de impuestos

Seguridad Social

ISR

g) Jubilación

Los aspectos que debemos reconocer de un trabajo informal son:

a) No necesita

a. Preparación universitaria

b. Experiencia

c. Contrato

d. Sindicato

- b) No tiene
 - a. INFONAVIT
 - b. Vacaciones pagadas
 - c. Aguinaldo
 - d. Servicio médico
 - e. Jubilación
 - f. Horario

- c) No paga impuestos

4.14. Aspectos Jurídicos y Sociales

El artículo 5º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, señala que no se puede impedir a ninguna persona que se dedique al comercio que le acomode, siendo lícito; condicionando el ejercicio de esta libertad a determinación judicial cuando se ataquen los derechos de terceros, o a resolución gubernamental cuando se ofendan derechos de la sociedad.

El pueblo en forma habitual acude a este subsector de la economía por variadas razones como la proximidad, el encontrar los productos más económicos, pero se olvidan de asumir su responsabilidad para que se efectúe la reglamentación, el aseo y poder asegurar el respeto al derecho de terceros.

4.15. El papel del Gobierno Federal

Analizando las necesidades el Gobierno Federal realizó un gran esfuerzo para llevar a cabo que la constitución y apertura de empresas sea más fácil y rápida, concentrando gran parte de los trámites en un sólo lugar, con lo que se reduce el tiempo y la cantidad de trámites necesarios. Por lo que el Gobierno Federal creó el portal www.tuempresa.gob.mx para facilitar la constitución y puesta en operación de empresas en México, a través del uso de medios electrónicos y la simplificación de trámites federales.

Dicho portal web¹⁵¹ pone al ciudadano en el proceso de apertura de una empresa, sin la necesidad de hacer múltiples filas en diversas ventanillas, ahorrándole tiempo, costos y evitando duplicidades al capturar una sola vez la información de su empresa.

También podemos decir que se trata de una plataforma tecnológica que permite al ciudadano avanzar con las entidades gubernamentales federales, según el giro y las necesidades de su empresa.

El Gobierno Federal ha puesto en marcha el Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario o de apoyo a "changarros", el cual pretende excluir al ambulante¹⁵².

La economía informal se opone a la consolidación de la cultura de apego a la ley que es indispensable para robustecer el Estado democrático de Derecho y acercarnos al México de seguridad y justicia que aspiramos.¹⁵³

4.16. Sistema de Administración Tributaria¹⁵⁴

El Servicio de Administración Tributaria es un órgano desconcentrado¹⁵⁵ de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que tiene la responsabilidad de

¹⁵¹ **Portal web:** Es un sitio web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente están dirigidos a resolver necesidades específicas de un grupo de personas o de acceso a la información y servicios de una institución pública o privada.

¹⁵² **Ambulante:** Quiere decir el que se traslada de un lado a otro sin establecerse en un punto fijo, mismos que existen y causan problemas menores.

¹⁵³ <http://www.presidencia.gob.mx/prensa/comunicados/?contenido=46442>, consultada el día 19 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

¹⁵⁴ http://www.cronica.com.mx/notaImprimir.php?id_notas=450754, consultada el día 20 de agosto de 2009. 16:50 hrs.

¹⁵⁵ **Órgano desconcentrado:** Forma de organización que pertenece a las Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos para la más eficaz atención y eficiente despacho de los asuntos de su competencia. Los órganos desconcentrados no tienen personalidad jurídica ni patrimonio propio, jerárquicamente están subordinados a las dependencias de la administración pública a que pertenecen, y sus facultades son específicas para resolver sobre la materia y ámbito territorial que se determine en cada caso por la ley.

aplicar la legislación fiscal y aduanera, con el fin de que las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público¹⁵⁶; de fiscalizar a los contribuyentes para que cumplan con las disposiciones tributarias y aduaneras; de facilitar e incentivar el cumplimiento voluntario, y de generar y proporcionar la información necesaria para el diseño y la evaluación de la política tributaria.¹⁵⁷

El Sistema de Administración Tributaria apoyará programas de reconversión del comercio informal y propuso que a nivel municipal se establezca una cuota fija como pago de impuestos.

4.17. Impuestos

La primera manifestación de la tributación en México aparece en el Códice Azteca, con el rey Azcapotzalco que les pedía tributo¹⁵⁸ a cambio de beneficios en su comunidad, dejando el inicio de los registros del tributo llamados Tequiamal. Los primeros recaudadores eran llamados Calpixqueh y se identificaban por llevar una vara en una mano y un abanico en la otra. Había varios tipos de tributos que se daban según la ocasión, los había de guerra, religiosos de tiempo, etc. Los pueblos sometidos tenían que pagar dos tipos de tributos los que eran en especie o mercancía y tributos en servicios especiales.

Hernán Cortés adoptó el sistema tributario del pueblo Azteca, modificando la forma de cobro cambiando los tributos de flores y animales por piedras y joyas. El primer paso de Cortés fue elaborar una relación de documentos

¹⁵⁶ **Gasto público:** Es aquel flujo que configura el componente negativo del resultado económico-patrimonial, producido a lo largo del ejercicio por las operaciones conocidas de naturaleza presupuestaria o no presupuestaria, como consecuencia de la variación de activos o el surgimiento de obligaciones, que implican un decremento en los fondos propios.

¹⁵⁷ http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/quienes_somos/127_6803.html, consultada el día 14 de agosto de 2009. 17:50 hrs.

¹⁵⁸ **Tributo:** Los tributos son ingresos públicos de Derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente, exigidas por una Administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la Ley vincula el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posible vinculación a otros fines.

fiscales, nombra a un ministro, un tesorero y varios contadores encargados de la recaudación y custodia del Quinto Real¹⁵⁹. En 1573 se implanta la Alcabala¹⁶⁰ que es equivalente al IVA, después el peaje por derecho de paso, creando un sistema jurídico fiscal llamado Diezmo minero en el que los indígenas pagaban con trabajo en minas, y los aprovechamientos de las minas eran para el Estado.

A partir de 1810 el sistema fiscal se complementa con el arancel para el gobierno de las aduanas marítimas, siendo estas las primeras tarifas de importación publicadas en México.

La debilidad fiscal del gobierno federal de Antonio López de Santa Anna establece el cobro del tributo de un Real por cada puerta, cuatro centavos por cada ventana, dos pesos por cada caballo robusto, un peso por los caballos flacos y un peso por cada perro.

La guerra provocó que los mexicanos no pagaran impuestos. Después de esta hubo la necesidad de reorganizar la administración y retomar las finanzas públicas aplicando reformas y acciones para impulsar las actividades tributarias.

En 1917 y 1935 se implantan diversos impuestos, como los servicios por el uso del ferrocarril, especiales sobre exportación de petróleo y derivados, por consumo de luz, teléfono, timbres, botellas cerradas, avisos y anuncios. Simultáneamente se incrementa el impuesto sobre la renta y el de consumo de gasolina. Sin embargo tales medidas causaron beneficios sociales, con la implantación de servicios como el civil, el retiro por edad avanzada con pensión y en general. Incrementando los impuestos a los artículos nocivos para la salud y al gravar los artículos de lujo.

¹⁵⁹ **Quinto Real:** Fue un impuesto de 20% establecido por el rey de España en 1504 sobre oro, plata y joyas de las minas en las colonias de América. Aunque el Quinto fue establecido por solo 10 años, permaneció hasta 1723 cuando fue reducido al diezmo (10%).

¹⁶⁰ **Alcabala:** Fue el impuesto más importante del Antiguo Régimen en la Corona de Castilla y, desde luego, el que más ingresos producía a la hacienda real pues aunque el diezmo era aún más importante, su perceptor principal era la Iglesia, con participación del rey. Se utilizaba habitualmente en plural: las alcabalas.

Después de conocer la historia del impuesto podemos decir que el impuesto es una contribución y se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la Administración. El impuesto surge exclusivamente por la potestad tributaria del Estado, principalmente con el objeto de financiar sus gastos.

Para Eherberg: “Los impuestos son prestaciones en dinero, al Estado y demás entidades de Derecho Público, que las mismas reclaman en virtud de su poder coactivo, en forma y cuantía determinadas unilateralmente y sin contraprestación especial con el fin de satisfacer las necesidades colectivas”¹⁶¹

José Álvarez de Cienfuegos: “El impuesto es una parte de la renta nacional que el Estado se apropia para aplicarla a la satisfacción de las necesidades públicas, distrayéndola de las partes alícuotas de aquella renta propiedad de las economías privadas y sin ofrecer a éstas compensación específica y recíproca de su parte”¹⁶².

Los impuestos son uno de los ingresos de mayor importancia con que cuenta el Estado para promover el desarrollo económico, sobre todo porque a través de estos se puede influir en los niveles de asignación del ingreso entre la población.

4.18. Clasificación de los impuestos¹⁶³

Los impuestos se clasifican fundamentalmente de dos maneras: en directos e indirectos;

¹⁶¹ <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>. consultada el 1 de octubre de 2009 a las 17:34 hrs.

¹⁶² <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/BonillaLI/cap1.pdf>, consultada el 1 de octubre de 2009 a las 17:40 hrs.

¹⁶³ <http://148.206.53.231/UAMI10579.PDF>, consultada el día 15 de septiembre de 2009 a las 13:00 hrs.

- a) Impuestos directos. Son los impuestos que gravan el ingreso, la riqueza, el capital o el patrimonio y que afectan de forma directa al sujeto del impuesto, este tipo de impuestos no son trasladables. Ejemplo: Impuesto Sobre la Renta.

Estos impuestos pueden clasificarse a su vez en:

- i) personales, que son aquellos que toman en consideración las condiciones de las personas que tienen el carácter de sujetos pasivos;
 - ii) reales, son aquellos que recaen sobre las cosa objeto de gravamen, sin tener en cuenta la situación de la persona que es dueña de ella. Éstos se subdividen en impuestos que gravan a la persona considerándola como objeto y los que gravan a las cosas.
- b) Impuestos indirectos. Son aquellos que recaen sobre los gastos de producción y consumo, por lo tanto su principal característica es que son trasladables hasta el consumidor final. Ejemplo: Impuesto al Valor Agregado.

Estos impuestos pueden ser de dos tipos:

1. Multifacéticos, los cuales gravan todas las etapas del proceso de compra-venta;
2. Mono faceticos, los cuales gravan solamente una etapa del proceso, estos a su vez se subdividen en impuestos al valor total de las ventas y en impuesto al valor agregado.

Elementos del impuesto

El primer elemento que interviene en una relación tributaria es el sujeto.

El sujeto es de dos clases, un sujeto activo y uno pasivo.

- a) Sujetos activos son: la Federación, las Entidades locales y los Municipios. Son sujetos activos porque tiene el derecho de exigir el pago de tributos; pero no tienen todos la misma facultad; la Federación y las Entidades, salvo aquellas limitaciones constitucionales que analizaremos en su oportunidad, pueden establecer los impuestos que consideren necesarios para cubrir sus presupuestos; en cambio, el Municipio sólo tiene la facultad de recaudarlos.

Teniendo en cuenta la diferencia explicada podemos decir que la Federación y las Entidades locales tienen soberanía tributaria plena. Los Municipios tienen soberanía tributaria subordinada.

- b) Sujeto pasivo es la persona que legalmente tiene la obligación de pagar el impuesto, ejemplo: Impuesto al Valor Agregado.

El Impuesto el Valor Agregado, forma parte del grupo de impuestos a las ventas, afecta al consumidor a través de industriales y comerciantes. Porque el Impuesto al Valor Agregado grava aparentemente el ingreso del industrial y del comerciante, cuando en realidad lo que grava es el gasto del consumidor¹⁶⁴.

De acuerdo a la Ley del Impuesto al Valor Agregado en su Art. 1º, están obligados al pago de Impuesto al Valor Agregado las personas físicas y morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

¹⁶⁴ <http://www.intelegis.com.mx/PDFs/dic/0412-Impuestos.pdf>, consultada el 10 de noviembre de 2009 a las 13:30 hrs.

- I. Enajenación de bienes.
- II. Prestación de servicios independientes.
- III. Otorgar el uso o goce temporal de bienes.
- IV. Importen bienes o servicios.

4.19. Secretaría de Economía

Es una institución que promueve e instrumenta políticas públicas y programas orientados a crear más y mejores empleos, empresas y emprendedores.

La Secretaría de Economía es la dependencia del Gobierno Federal que promueva la generación de empleos de calidad y el crecimiento económico del país, mediante el impulso e implementación de políticas públicas que detonen la competitividad y las inversiones productivas.

Existe la Micro, Pequeña y Mediana empresa son de gran importancia porque son generadoras de empleos y de riquezas.

La clasificación existente de las empresas en México se da por el tamaño de la empresa.

Clasificación de las empresas en México:

Número de empleados	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
manufactura	1-10	10-100	100-250	Más de 250
servicios	1-10	10-50	50-100	Más de 100

4.20. Evasión Fiscal

La evasión fiscal es un fenómeno que impacta de manera negativa al Estado al restar recursos a los gobiernos para la implantación de políticas públicas y/o sociales, destinadas a la mejora productiva y a la reducción de

desigualdad social y económica que existe dentro de la sociedad y que separa a los ciudadanos en distintos estratos.

Toda evasión puede ser total o parcial. Parcial cuando el contribuyente aparece como ciudadano cumplidor, pagando sólo una parte de las contribuciones a que está obligado y total cuando se evita en todo el pago de dichas contribuciones, aún cuando no se utilice ningún medio"

La evasión es principalmente el evitar el pago del impuesto. La evasión puede ser de dos tipos:

- a) Legal. Consiste en omitir el pago del impuesto por procedimientos legales.
- b) Ilegal. Consiste en evitar el pago del impuesto, se realizan actos violentos de las normas legales.

La evasión fiscal se puede dar por muchas razones, entre las principales se encuentran:

- I. ignorancia sobre los fines de los impuestos;
- II. servicios públicos prestados en forma defectuosa e ineficiente;
- III. por la falta de una contraprestación por los impuestos que se pagan;
- IV. muchas veces se piensa que el pago de los impuestos sirve para el enriquecimiento ilícito de los funcionarios públicos.

Se puede decir que la adulteración¹⁶⁵ y falsificación¹⁶⁶ de bebidas también es economía informal, aunque no se encuentren establecidos los negocios,

¹⁶⁵ **Adulteración:** Es el acto por el cual se adultera un producto. Siendo aquel que ha sido privado, en forma parcial o total, de sus elementos útiles o característicos, reemplazándolos o no, por otros inertes o extraños de cualquier naturaleza, para disimular u ocultar: alteraciones, deficiente calidad de materias primas o defectos de elaboración.

¹⁶⁶ **Falsificación:** Es un acto consistente en la creación o modificación de ciertos documentos, efectos, bienes o productos, con el fin hacerlos parecer como verdaderos, o para alterar o simular la verdad. Las falsificaciones pueden ser realizadas, entre otros, respecto a documentos públicos o privados, monedas, billetes u otros valores, arte y

ya que al rellenar las botellas de prestigias marcas afectan seriamente a la salud y el impuesto por sellos y marbetes¹⁶⁷ emitidos por esta Institución.

4.21. Análisis Macroeconómico¹⁶⁸

La intervención del estado en ataques a la economía informal para controlar la piratería¹⁶⁹ obedece a la presión de grupos inversionistas que ven afectados sus intereses y esperan protección para mantener sus franquicias y marcas que en el pasado les ofrecieron atractivas ganancias. Funcionar al margen de un mercado de libre competencia¹⁷⁰ en el mercado interno y externo ha llevado al gobierno federal a destinar enormes recursos para controlar la piratería en policías, operativos continuos y acoso a infinidad de familias que viven en el mercado informal fomentando el beneficio de unos pocos.

Las medicinas, ropa, calzado, videos, CD, y muchos productos más que se venden en el mercado informal podrían salir de la informalidad y convertirse en negocios legales si se permitiera que quienes tienen franquicias y tratan de soñar con el control de los mercados aceptaran que

productos de marcas comerciales. En los primeros casos es un delito que afecta la fe pública, pudiendo llegar a ser una modalidad de fraude, mientras el último se entiende que es una vulnerabilidad de la propiedad industrial (al ser copias sin licencias, para ser vendidas como si fueran originales). En la actualidad la falsificación es una actividad ilícita, que se ha establecido en todo el mundo causando verdaderos estragos en las economías de los países e inclusive en las economías privadas.

¹⁶⁷ **Marbete:** Precintos que deben colocar a las bebidas alcohólicas nacionales las personas físicas o morales obligadas a ello.

¹⁶⁸ <http://www.gestiopolis.com/canales8/eco/economia-informal-y-la-aportacion-del-estado.htm>, consultada el 22 de agosto de 2009. 22:19 hrs.

¹⁶⁹ **Piratería:** es un término peyorativo y popular, creado por la industria británica del copyright en el siglo XVII, para referirse a la copia de obras culturales (literarias, musicales, audiovisuales, de software o *invenciones*) efectuada sin el consentimiento del titular de los derechos de autor o, en su defecto, sin autorización legal. Las expresiones apropiadas para referirse a estos actos son los de copia no autorizada o, en términos más generales, infracción del derecho de autor. El término piratería se utiliza también para referirse a la venta ilícita de dicho material con ánimo de lucro.

¹⁷⁰ **Libre competencia:** La libre competencia supone la existencia de condiciones para que cualquier sujeto económico, sea oferente o demandante, tenga completa libertad de entrar a, o salir del mercado y quienes están dentro de él, no tengan posibilidad, tanto individualmente como en colusión con otros, de imponer alguna condición en las relaciones de intercambio.

esto se le salió de control al existir mercados alternos que ofrecen los mismos productos y tal vez de igual calidad pero diez veces más baratos. Evidentemente la ley del mercado no perdona. Es poco probable que las familias de escasos recursos cuenten con dinero suficiente para pagar, por ejemplo, programas originales para computadoras con costos superiores a los mil pesos, si pueden comprar el mismo programa en cincuenta pesos, generalmente para las tareas y trabajos escolares.

La oferta está tratando de llegar a los consumidores de menos ingresos y si los costos de producción les permiten ofrecer productos a bajos precios no se entiende por qué las empresas que cuentan con franquicias no ponen el remedio vendiendo sus productos a precios que estén al alcance de la mayoría de consumidores o establecer beneficios marginales para los consumidores que están dispuestos a pagar un precio superior sin sentirse defraudados ante los precios del comercio informal.

Los productores esperan que las autoridades les resuelvan el problema, pero la labor es tan difícil que solo las empresas que son auditadas en sus sistemas de información se ven obligadas a adquirir activos facturados.

Se fomenta un mercado que se caracteriza por la libre competencia donde no existen barreras a la entrada de nuevos competidores al menos en cuanto a tecnología.

Cada productor y vendedor en el mercado debe ser capaz de conservar sus mercados vendiendo productos baratos, de calidad y amplia cobertura para llegar a todos sus consumidores.

Las franquicias, patentes y otras modalidades protegen los derechos de algunas empresas que se han perpetuado en el mercado como Coca Cola, industria farmacéutica, Microsoft, etc., sin embargo, algunas conservan su posición, al ofrecer sus productos a precios competitivos¹⁷¹ y otras por la presencia de barreras que realmente frenan la entrada a nuevos

¹⁷¹ **Precios competitivos:** Estrategia en donde una compañía establece sus precios basándose en lo que los competidores están cobrando por sus productos o servicios.

competidores como las medicinas de patente que se deben realizar inversiones millonarias y un proceso de calidad a toda prueba.

La clonación¹⁷² de las patentes restantes difícilmente puede ser controlada ya que existen muchas facilidades para producir artículos baratos al alcance de consumidores de bajos ingresos que solo bajo estas condiciones pueden adquirir. El mercado atendido por la piratería no es el mismo que está dispuesto a pagar diez veces más el precio de un artículo, por lo tanto no hay competencia. Cada productor atiende a mercados diferentes.

La protección de los derechos de autor en la venta de libros existe en las leyes, sin embargo no es desconocido por los escritores que en todas las escuelas y universidades se reproducen parcial o totalmente los libros. La única condición es que quienes utilicen el material citen al menos la fuente del escritor. La reproducción de libros tampoco representa un buen negocio ya que el precio del fotocopiado de un libro es muy cercano al precio del libro original.

Si se hiciera una auditoría en la casa de cada familia se podría observar la cantidad de productos que son adquiridos en el mercado informal, pero no porque las familias deseen adquirir productos de segunda o sin factura, sino por dos problemas, primero, la falta de empleo y la segunda porque los ingresos que se reciben en el hogar son insuficientes para darse lujos de adquirir equipos caros por el simple hecho de traer factura¹⁷³. La oportunidad de darse ciertas comodidades se puede lograr por las familias si viven y contribuyen a la informalidad.

En una economía elitista los trabajadores calificados, dispuestos a ganar

¹⁷² **Clonación** (derivado del griego *κλων*, que significa "retoño") puede definirse como el proceso por el que se consiguen copias idénticas de un organismo, célula o molécula ya desarrollado de forma asexual.

¹⁷³ **Factura:** Documento que expide el vendedor y entrega al comprador en el que consta fecha de la operación, nombre de comprador y vendedor, importe, cantidad y descripción del producto o servicio, etc.

atractivos salarios y con capacidad para generar razonables niveles de productividad, deberán atender a una sociedad desempleada que de estar en el mercado formal contaría progresivamente con menores posibilidades de compra.

La globalización¹⁷⁴ margina a la mayor parte de la población, sin embargo es complicado para el gobierno en turno aceptar su presencia y la forma como resuelve sus problemas complicándole la vida al comercio y la industria formal aprovechando los espacios marginados tanto en el mercado de oferta como en el de demanda. El tiempo en que la población le permitía al gobierno manejar variables a su antojo sin respuesta han quedado en el pasado. Actualmente los espacios no atendidos por el gobierno y las empresas públicas y privadas nacionales y extranjeras los está cubriendo el mercado informal.

No se dude que si se retira la moneda de la circulación en el mercado para controlar la informalidad a través de los bancos, bajo un esquema de inequidad, suficiente para favorecer la vida de la informalidad como ocurre con el tipo de cambio en beneficio de los involucrados con el contrabando de mercancías, el narcotráfico que enriquece a los “empresarios” involucrados en este negocio o a las empresas que monopolizan las franquicias o derechos de autor, el mercado informal puede salirse de control y ser manejado con dinero o cuasidinero¹⁷⁵ informal.

La aparición de productos de patente en el mercado informal es una bendición para muchas familias con pocas o nulas posibilidades de compra. En tanto existan familias con bajos ingresos dispuestas a satisfacer sus necesidades en la economía informal esta no desaparecerá.

¹⁷⁴ **Globalización:** La globalización es un proceso fundamentalmente económico que consiste en la creciente integración de las distintas economías nacionales en una única economía de mercado mundial.

¹⁷⁵ **Cuasidinero:** Activos casi líquidos por la posibilidad de convertirlos en efectivo rápidamente.

Las autoridades municipales también contribuyen a la sobrevivencia del mercado informal. Con el deseo de atraer ingresos, los ayuntamientos han fomentando la formación de vendedores ambulantes que carecen de registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, no dan factura pero cumplen con aportaciones a las arcas municipales.

4.22. Análisis Macroeconómico¹⁷⁶

Si queremos evitar las actividades informales incluido el narcotráfico¹⁷⁷ y la delincuencia, debemos generar empleos dignos capaces de permitir a los mexicanos atender sus necesidades prioritarias sin recurrir a actividades ilícitas en el país.

Uno de los problemas graves que afecta enormemente el empleo es la importación de mercancías legales e ilegales bajo la protección de un tipo de cambio¹⁷⁸ sobrevaluado que favorecer el mercado extranjero.

El manejo de una paridad cambiaria¹⁷⁹ manipulada por el gobierno con la venta o compra de dólares en el mercado abierto para corregir sus

¹⁷⁶ <http://www.gestiopolis.com/canales8/eco/economia-informal-y-la-aportacion-del-estado.htm>, consultada el día 20 de agosto de 2009. 22:17 hrs.

¹⁷⁷ **Narcotráfico:** Es una industria ilegal mundial que consiste en el cultivo, manufactura, distribución y venta de drogas ilegales. Mientras que ciertas drogas son de venta y posesión legal, en la mayoría de las jurisdicciones la ley prohíbe el intercambio de algunos tipos de drogas. El narcotráfico opera de manera similar a otros mercados subterráneos. Varios carteles de drogas se especializan en procesos separados a lo largo de la cadena de suministro, a menudo focalizados para maximizar su eficiencia. Dependiendo de la rentabilidad de cada parte del proceso, los carteles varían en tamaño, consistencia y organización. La cadena va de los traficantes callejeros de poca monta, quienes a veces son consumidores de drogas ellos mismos, las pandillas urbanas e intermediarios que puede asimilarse a contratistas, a los imperios multinacionales que rivalizan en tamaño con los gobiernos nacionales.

¹⁷⁸ **Tipo de cambio:** Se expresa el valor de una divisa o moneda extranjera expresada en unidades de moneda nacional. Esta definición sigue la convención británica. La peseta, en cambio, seguía el sistema europeo para su definición: el tipo de cambio eran las pesetas necesarias para conseguir otra divisa. Se pueden distinguir dos tipos de cambios: el real y el nominal. El real se define como la relación a la que una persona puede intercambiar los bienes y servicios de un país por los de otro. El nominal, por otra parte, es la relación a la que una persona puede intercambiar la moneda de país por los de otro. El último es el que se usa más frecuentemente. Esta distinción se hace necesaria para poder apreciar el verdadero poder adquisitivo de una moneda en el extranjero y evitar confusiones.

¹⁷⁹ **Paridad cambiaria:** Tipo de cambio oficial de una moneda por otra. Por ejemplo, la paridad del dólar es el tipo de cambio de una moneda con respecto a los dólares

desviaciones ha provocado desajustes en el mercado interno en las actividades productivas, crecimiento económico y creación de empleo a niveles críticos. La manipulación del gobierno tratando de corregir las desviaciones con el exterior lo ha llevado a agravar los problemas al no medir la magnitud de sus intervenciones y acelerar los conflictos.

El impulso al desarrollo económico¹⁸⁰ a través del gasto presupuestal que aparentemente impulsa de manera importante el empleo en el país se realiza a través de deuda pública con altos intereses en lugar de realizarse con dinero sano proveniente de la recaudación fiscal. De igual forma el uso de deuda externa representa costos enormes que son solventados con más deuda o con recursos para inversión provenientes del exterior.

Para que los recursos de pensiones encomendados al estado estén disponibles cuando la población los requiera, deberán ser invertidos en negocios rentables generadores de beneficios capaces de regresar el capital y los intereses a los bancos en el momento que sean demandados.

Si estos recursos no son invertidos correctamente por el Gobierno que es quien actualmente dispone de todos los fondos bancarios y son utilizados para pagar deudas. La única forma de que el ahorro de pensiones exista y genere beneficios es invertirlo en negocios rentables generadores de empleo y bienes y servicios.

Es obvio que el interés del gobierno por intervenir en la actividad económica le traiga buenos dividendos además de que puede justificar la

¹⁸⁰ **Desarrollo económico:** Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas, y aumento del ingreso real per cápita.

creación de empleos, sin embargo su función debe ser solo como rector y no como actor, ya que manejar abundantes recursos sobre todo ajenos lo lleva a despilfarrar sin dar cuenta a nadie. Finalmente le ocurre lo mismo que a las familias que de pronto encuentran en sus manos tarjetas con amplios límites de crédito y con mayores posibilidades de compra pero que lamentablemente tarde o temprano tendrán que pagar. Los problemas que hoy tiene el gobierno no son más que el costo de los errores del pasado.

El Congreso de la Unión legisla como controlar la delincuencia ideando la forma de imponer mayores penas a los delincuentes, el gobierno federal ha instrumentado todo tipo de operativos para atacar la delincuencia y cada vez dedica más recursos públicos a combatir el narcotráfico¹⁸¹ y la piratería, sin embargo sería conveniente analizar cuál es su origen y buscar soluciones definitivas.

Todos los delincuentes pertenecen a una familia, que de alguna forma influyó en su formación desde que nacieron. Todos tienen necesidades de alimento nadie puede ser malo por definición, sin embargo, hay circunstancias que lo obligaron a ingresar en ese camino, o necesidades tanto personales como familiares que lo impulsaron a esa actividad. Es necesario identificar cuáles son las causas que permiten la proliferación de la delincuencia y la informalidad y buscar cómo resolver las causas que generan tales conductas.

Si el problema es la falta de una familia integrada y la falta de la figura materna en el hogar, puede ser más rentable convertir a las madres

¹⁸¹ **Narcotráfico:** Es una industria ilegal mundial que consiste en el cultivo, manufactura, distribución y venta de drogas ilegales. Mientras que ciertas drogas son de venta y posesión legal, en la mayoría de las jurisdicciones la ley prohíbe el intercambio de algunos tipos de drogas. El narcotráfico opera de manera similar a otros mercados subterráneos. Varios carteles de drogas se especializan en procesos separados a lo largo de la cadena de suministro, a menudo focalizados para maximizar su eficiencia. Dependiendo de la rentabilidad de cada parte del proceso, los carteles varían en tamaño, consistencia y organización. La cadena va de los traficantes callejeros de poca monta, quienes a veces son consumidores de drogas ellos mismos, las drogas se transportan por intermediarios que puede asimilarse a contratistas, a los imperios multinacionales que rivalizan en tamaño con los gobiernos nacionales.

trabajadoras en asalariadas para que se ocupen de atender bien a sus hijos desde que nacen y eviten la presencia de delincuentes potenciales en lugar de pagar policías, cárceles, autoridades, jueces y ministerios públicos para que resuelvan el problema cuando ya no tiene solución.

Como causal de los problemas se pueden identificar familias desintegradas donde las madres tienen que trabajar para atender las necesidades elementales en la familia. Sería posible que los fondos destinados a la seguridad social se encausaran desde que nacen los hijos a la familia para atenderlos y no estrictamente a las autoridades para que controlen al delincuente en la calle. Es necesario pensar en prevenir el problema y no en corregirlo cuando es más difícil su solución.

4.24 Acciones gubernamentales¹⁸²

El tema de la economía informal no ha sido tratado de forma integral por los gobiernos en México. Generalmente, las políticas y programas se han limitado a la parte más visible de la economía informal que es el ambulante. Las medidas para combatir el ambulante han estado relacionadas con su inclusión al sistema tributario y el pago de impuestos, así como a múltiples programas de desalojo y reubicación principalmente en zonas urbanas, sobre todo en vialidades importantes, áreas del centro histórico, etc.

Las diferentes cámaras de comercio de, Servicios y Turismo de la Ciudad de México, Cámara Nacional de Comercio (Canaco), la Cámara Nacional de Comercio en Pequeño (Canacope), entre otras, han propugnado por que se tomen acciones de ese tipo para eliminar el ambulante. Sin embargo, en estas políticas se deja de lado la compleja red de factores que intervienen en el comercio ambulante.

¹⁸²<http://www.diputados.gob.mx/cesop/doctos/Economia%20informal.pdf>, consultada el 07 de octubre de 2009 a las 20.33 hrs.

En las grandes ciudades, como la Ciudad de México, el problema del comercio ambulante se confunde con la piratería, ya que ambos coexisten en los mismos espacios.

CAPÍTULO V

MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL

5.1 Tratado de Libre Comercio de América del Norte¹⁸³

Con las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, se tuvo que reformar la Ley y nacieron legalmente las franquicias.

Desde esa fecha el crecimiento explotó, impulsado por el fácil acceso a crédito imperante en esos años. De esa época son franquicias como Steren, Los Bisquets de Obregón y Dormimundo, por nombrar algunas de las más exitosas y que hoy forman parte de las 25 mejores franquicias de México¹⁸⁴.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte fue celebrado por Estados Unidos, Canadá y México el 12 de diciembre de 1992 y entró en vigor el 1° de enero de 1994.

Uno de los principales objetivos del TLCAN fue:

1. Eliminar Barreras Arancelarias para comercializar, y facilitar el cruce por las fronteras del movimiento de productos entre los territorios de los países miembros.
2. Promover condiciones de competencia en el área del libre comercio.
3. Proporcionar protección y aplicación de derechos intelectuales en cada país.

¹⁸³ <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/01/28/economia-informal-se-afianza-en-mexico>, consultada el día 12 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

¹⁸⁴ <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/02/17/Modelo-contra-la-crisis>, consultada el día 01 de diciembre de 2009. 14:30 hrs.

4. Crear procedimientos de la implementación y aplicación de este acuerdo, para su administración conjunta, así como la resolución de problemas.
5. Establecer una estructura más trilateral, regional, y multilateral de cooperación para extender y aumentar los alcances de este acuerdo.
6. Eliminar barreras al comercio entre Canadá, México y Estados Unidos, estimulando el desarrollo económico y dando a cada país signatario acceso a sus respectivos mercados.
7. Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación fronteriza de bienes y servicios con la excepción de personas entre territorios de las partes firmantes (países involucrados).
8. Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes.

La apertura de la economía con los mercados internacionales transformó el fenómeno. Tepito¹⁸⁵, de un barrio de 'fayuca' pasó a zona de venta ilegal, la piratería por excelencia.

Al final del siglo XX, la economía informal acaparaba, para ese entonces, a 10 millones de personas, los que generaban 12.6% del valor de la economía nacional.

¹⁸⁵ **Tepito:** Es uno de los barrios más antiguos de la Ciudad de México, ubicado en la delegación Cuauhtémoc. La zona, es muy conocida y concurrida por vender millares de artículos a precios muy bajos, hay una frase muy popular que dice: "Aquí de todo encuentras". Mucha de la mercancía vendida en Tepito es ilegal en una forma u otra, mercancía robada o producto de la piratería. Algunos de estos artículos incluyen: Películas DVD/VCD, Juegos de video/consolas, ropa de la marca y accesorios - originales y ropas pirateadas de los diseñadores famosos, dispositivos electrónicos, juguetes, software y computadoras, joyería y perfumería. Tepito también se conoce por el tráfico ilegal de armas y de drogas en grandes cantidades. Fármacos y alcohol adulterado. Generalmente se falsifican licores de prestigias marcas rellenas con alcohol industrial que afecta seriamente la salud, incluyendo sellos de autenticidad emitidos por el SAT. Pornografía y juguetes eróticos. Falsificación de razas de animales y tráfico. Títulos de profesionista.

Esta modalidad se extiende (gracias a la débil expansión de la economía) por amplias franjas de la actividad económica nacional, y dejó de ser un fenómeno comercial para capturar algunas franjas de la maquila, por ejemplo, mediante el trabajo en casa a destajo.

Por si fuera poco, a estas alturas, ya es ampliamente visible que la economía informal en el país rebasó las fronteras del Valle de México y se extendió a los grandes centros urbanos.

A principios del siglo XXI, una de las deformaciones más visibles en el rostro económico de México es el de la economía informal, para ese entonces más de tres millones de almas operaban en los mercados informales.

En pleno siglo XXI, la economía nacional es incapaz de crear el número de puestos de trabajo permanentes, bien remunerados y protegidos que demandan las personas que están en el segmento económicamente activo.

5.2 Banco Mundial¹⁸⁶

El reporte del Banco Mundial destacó además la necesidad de modificar las barreras, los costos y beneficios de la formalidad para las empresas y los trabajadores que operan en la informalidad.

¹⁸⁶ **Banco Mundial:** Abreviado como BM (en inglés: WBG *World Bank Group*) es uno de los organismos especializados de las Naciones Unidas. Su propósito declarado es reducir la pobreza mediante préstamos de bajo interés, créditos sin intereses a nivel bancario y apoyos económicos a las naciones en desarrollo. Está integrado por 185 países miembros. Fue creado en 1944 y tiene su sede en la ciudad de Washington, Estados Unidos. En 1944, en el marco de las negociaciones previas al término de la Segunda Guerra Mundial, nace lo que a la fecha se conocería como el sistema financiero de Bretton Woods (llamado así por el nombre de la ciudad en New Hampshire, sede de la conferencia donde fue concebido) integrado por dos instituciones, fundamentales para entender las políticas de desarrollo que tuvieron lugar a partir de la segunda mitad del siglo XX: el Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo (BIRD) y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Concebido el primero, en un principio, con el fin de ayudar a las naciones europeas en la reconstrucción de las ciudades durante la posguerra, poco a poco fue ampliando sus funciones, creándose más organismos que funcionarían paralelamente a este, integrando lo que hoy conocemos como el Grupo del Banco Mundial (GBM).

"Un mejor clima de inversiones permitirá que las empresas formales se amplíen y paguen sueldos más altos, haciendo menos atractivo mantenerse en la informalidad", dijo Guillermo Perry, economista en jefe para América Latina y el Caribe del organismo multilateral.

Indicó además que el aumentar los niveles de calificación laboral para los pobres permitirá que un mayor número de trabajadores encuentre empleos bien remunerados en un sector formal más dinámico".

El informe destacó también la necesidad de que exista un balance entre los incentivos y la aplicación más estricta de la ley para cambiar los factores que motivan la informalidad.

El Banco Mundial señaló además que se debe facilitar el registro de nuevas empresas, simplificar la ley tributaria, ampliar los beneficios asociados con la formalidad como acceso al crédito, mercados, seguridad jurídica y programas de desarrollo empresarial.

De acuerdo con el reporte, aún cuando la informalidad no es significativamente más alta en la región con respecto a otros países en desarrollo con ingresos per cápita similares, en la década de los años 90 aumentó de forma sorprendente y preocupante.

En algunos países el aumento estuvo asociado a la aplicación de más impuestos, bajos salarios mínimos o legislaciones sobre seguridad social, a la vez que se expandieron planes de protección social que no exigen contribuciones a los trabajadores informales.

También señaló como responsables a las políticas macroeconómicas inadecuadas que condujeron a fases artificiales de expansión en sectores

con mayor propensión a la informalidad, uso de contratos temporales y el debilitamiento de la fiscalización de la ley laboral e impositiva.¹⁸⁷

5.4. OIT (Organización Internacional del Trabajo)¹⁸⁸

La Organización Internacional del Trabajo define esta porción de la actividad económica moderna de la siguiente manera: "La economía informal se entiende fuera del mundo del empleo regular, estable y protegido y de las empresas reguladas legalmente".

El organismo advierte que dentro de la definición debe excluirse la economía delictiva pues la informal "produce y distribuye bienes y servicios legales" y la economía de la asistencia (como el trabajo doméstico no remunerado)".

Los trabajos de la Organización Internacional del Trabajo al respecto han conducido a la necesidad de incidir en este concepto en relación a la economía informal convencidos de que el intercambio de información es una fase previa y necesaria.

En este objetivo de compartir información deberá tenerse en cuenta la base de datos creada por la OIT¹⁸⁹ (Base de datos sobre recursos sobre la economía informal), que contiene más de 400 entradas directa o indirectamente relacionadas a la economía informal, constituyendo la

¹⁸⁷ <http://www.elfinanciero.com.mx/ElFinanciero/Portal/cfpages/contentmgr.cfm?docId=59387>, consultada el día 10 de agosto de 2009. 12:50 hrs.

¹⁸⁸ **Organización Internacional del Trabajo (OIT):** Es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales. Fue fundada el 11 de abril de 1919, en el marco de las negociaciones del Tratado de Versalles. Su Constitución, sancionada en 1919, se complementa con la Declaración de Filadelfia de 1944. La OIT tiene un gobierno tripartito, integrado por los representantes de los gobiernos, de los sindicatos y de los empleadores. Su órgano supremo es la Conferencia Internacional, que se reúne anualmente en junio. Su órgano de administración es el Consejo de Administración que se reúne cuatrimestralmente. Cada cinco años El Consejo de Administración elige al Director General, encargado de dirigir la Oficina Internacional del Trabajo e implementar las acciones en el terreno. En 2003 fue reelegido para el cargo el chileno Juan Somavía. La sede central se encuentra en Ginebra, Suiza. En 1969 la OIT recibió el Premio Nobel de la Paz.

¹⁸⁹ <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/integration/informal/tools.htm>, consultada el día 11 de junio de 2009. 14:50 hrs.

continuación del proceso de mapeo iniciado luego de la Discusión General sobre Trabajo Decente y la Economía Informal en la 90ª Sesión de la Conferencia Internacional del Trabajo.

Actualmente, la Organización Internacional del Trabajo propone analizar el trabajo en la economía informal a partir del déficit de trabajo decente. Esta perspectiva puede verse reflejada en la Recomendación 195: Desarrollo de los recursos humanos: educación, formación y aprendizaje permanente, donde se establece que: “Los Miembros deberían definir políticas de desarrollo de los recursos humanos, de educación, de formación y de aprendizaje permanente”

El sitio "Economía informal" pretende, mediante la puesta a disposición de un banco de recursos, colaborar en el análisis y mejor comprensión de las situaciones que día a día debe enfrentar un número cada vez mayor de mujeres y hombres latinoamericanos. Intenta transformarse en una herramienta para presentar instrumentos y marcos de referencia sobre las políticas que permiten abordar de manera más adecuada las necesidades de la economía informal y, por ende, avanzar hacia la igualdad de oportunidades.

Conforme a las conclusiones de la Organización Internacional del Trabajo sobre la economía informal es necesario determinar las barreras jurídicas y prácticas que existen a la creación de organizaciones de trabajadores y de empleadores en la economía informal y ayudarlos a organizarse. En ese sentido es importante señalar que el tamaño de la empresa, en especial en cuanto a límites mínimos para constituir organizaciones sindicales y/o para negociar, tiene importantes repercusiones en materia de relaciones colectivas.

Para fomentar la iniciativa empresarial, la innovación y la creatividad con el objeto de que las empresas, independientemente de su pequeño tamaño o de su ubicación, puedan generar empleos productivos, la Recomendación n° 189 de la OIT (1998) hace hincapié en la creación de:

1. una política y un marco normativo propicios;
2. una cultura empresarial para empleos decentes en el sector formal;
3. estructuras de apoyo y servicios
4. la representación y organización de los micros y pequeños empresarios y el desarrollo de estructuras cooperativas.

Para los micros y pequeños empresarios de la economía informal, la necesidad de financiación es una de sus principales prioridades. El acceso a la financiación es en general el factor más importante para la creación de una empresa, para mantenerla en funcionamiento y para conservar los puestos de trabajo. Pocas empresas informales son capaces de obtener créditos de los bancos puesto que no tienen garantías prendarias que ofrecer.

5.5. OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

En la escala internacional México se considera una nación con mayores complicaciones para ser competitivo. Basta comparar el tamaño de la economía informal en las naciones pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

El promedio que alcanza en la OCDE la economía informal es de 9.0 por ciento, en Estados Unidos es de 10 por ciento del Producto Interno Bruto, y en México es del 30 por ciento de la población ocupada.¹⁹⁰

En vez de reprimir a los empleadores que contratan trabajadores en forma informal, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) insta a los gobiernos y a los países donantes a que les brinden "una acción inmediata y no convencional".

¹⁹⁰http://biblioteca.iiec.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=2555&Itemid=146, consultada el día 17 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

La OCDE, con sede en París, calcula que 1,800 millones de personas trabajan sin un convenio laboral formal, en comparación con 1,200 millones que están empleados oficialmente.

El grupo pronosticó que el número de empleados informales aumentará para el año 2020 a dos tercios de la fuerza laboral siempre y cuando se mantengan estables las tendencias demográficas, pero que podría incrementarse todavía más si la crisis económica elimina más empleos.

El informe propone un mejor acceso a recursos como microcréditos para los trabajos informales y "creación de empleos de buena calidad", independientemente que esos puestos de trabajo sean declarados oficialmente o no. El objetivo sería atraer esos negocios hacia la economía formal.

"El empleo informal se encuentra en niveles récord en el mundo con consecuencias severas para la pobreza en los países pobres", dice el informe. "La crisis financiera deja sin empleo a mucha gente y, en países en desarrollo sin seguro de desempleo, se ven obligados a aceptar empleos informales con bajo salario, sin protección y exposición a un riesgo elevado".

Johannes Jutting, uno de los autores del estudio, dijo que los empleos informales constituyen un problema aun en épocas de crecimiento económico. En India, precisó, nueve de cada 10 empleados -unos 370 millones de personas- no están protegidos por un sistema formal de seguridad social.¹⁹¹

Dicen las cifras de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), que el 60 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA) de México, se encuentra en la

¹⁹¹ <http://www.cnnexpansion.com/economia/2009/04/08/los-empleos-informales-aumentaran-ocde> consultada el día 14 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

"informalidad", es decir, más de la mitad de los trabajadores no contribuyen con impuestos a las finanzas del país.

Los vendedores de piratería, ropa, tacos, antojitos, volovanes, artículos electrónicos, los limpiaparabrisas; cualquier persona que se gana la vida en la calle es objeto de los señalamientos y los operativos de las autoridades para reubicarlos y meterlos en el orden.

De acuerdo con la OCDE, cuando se habla de aumento de puestos de trabajo (530 mil para 2008, según el INEGI), se debe tomar en cuenta que se trata de "empleos precarios y/o débilmente remunerados y temporales". La organización internacional documenta otras razones de preocupación en cuanto al empleo.

Son razones que afectan principalmente a los jóvenes que recién pretenden integrarse a la PEA¹⁹², las mujeres y a las personas que sufren racismo: "(Hay) obstáculos como los comportamientos discriminatorios que limitan el acceso al empleo".

De acuerdo con el Consejo Nacional de la Población esta es la proyección de la PEA.¹⁹³

Población económicamente Activa					
Total	4 187 154	4 263 539	4 263 111	4 139 083	4 148 187
12-14	19 989	19 811	19 092	17 612	16 351
15-19	202 858	203 545	196 268	190 692	186 799
20-24	472 035	475 878	468 199	396 579	382 293
25-29	606 714	601 987	588 990	545 248	532 940
30-34	622 199	619 712	610 815	581 144	570 869
35-39	572 535	579 483	575 931	560 877	559 503
40-44	508 334	518 682	520 578	511 836	514 984
45-49	424 470	436 325	443 781	441 727	448 230
50-54	311 953	323 104	335 357	343 721	354 890
55-59	207 761	220 857	226 902	237 218	247 944
60-64	118 675	129 081	132 686	146 407	155 229
65-69	62 390	69 401	73 585	83 124	88 904

¹⁹² PEA. Población Económicamente Activa

¹⁹³

http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=236, consultada el 10 de octubre de 2009 a las 21.000 hrs.

70-74	33 626	37 268	40 276	46 233	49 409
-------	--------	--------	--------	--------	--------

Así explica la OCDE que tantos mexicanos busquen por su cuenta la manera de ganarse la vida, sin embargo, hay un matiz en torno a la "informalidad"¹⁹⁴.

5.5. CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe).¹⁹⁵

Con el incremento del desempleo en América Latina – que podría alcanzar cifras superiores a 9% para finales de 2009-, se prevé un aumento de la economía informal e ilegal, afirmó la Secretaria Ejecutiva de la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Para el final de este año, 3.4 millones de personas podrían incorporarse a la desocupación, para sumarse a los 18 millones de personas sin empleo en América, por ello, la funcionaria llamo a los países emergentes a diseñar una nueva arquitectura económica menos dependiente del comercio internacional, principal vehículo de contagio de la crisis.

Durante su participación en el foro, “Análisis de la Crisis Económica: impacto sobre la pobreza y el trabajo de las mujeres”¹⁹⁶, explicó que ante los bajos niveles de recaudación los ciudadanos deben concientizarse y pagar impuestos en pro de tener un gasto eficiente, y mejores condiciones de desarrollo, lo cual deberá hacerse a través de un nuevo pacto fiscal.

Bárcena subrayó que aun con la implementación de programas anti cíclicos oportunos, la recuperación en los indicadores sociales seguirá siendo insuficiente para retomar los niveles de vida perdidos en la región a causa de la crisis global de los mercados financieros.

¹⁹⁴ http://www.e-consulta.com/veracruz/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=404 consultada el día 12 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

¹⁹⁵ http://www.periodicodigital.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=94804&Itemid=67 consultada el día 25 de agosto de 2009. 14:50 hrs.

¹⁹⁶ Seminario se llevará a cabo los días 23 y 24 de julio. Organizan: la División de Asuntos de Género de la CEPAL, el INSTRAW, el INMUJERES y del UNIFEM, con el coauspicio de la Internacional Association for Feminist Economics (IAFFE), además del apoyo del Grupo Interagencial de Género de las Naciones Unidas (GIG) de México.

PROPUESTAS

Numerosas estadísticas nos muestran las posibilidades de éxito de un establecimiento independiente. Por esta razón, entre otras, en los últimos años han crecido las empresas franquiciadoras que están presentes en gran número de sectores de la distribución comercial.

Por lo anteriormente expuesto y señalado se propone:

PRIMERA: De lo anterior surge una imperiosa necesidad para corregir esta importante irregularidad, implementando los aspectos de mayor facilidad para aperturas de negocios, necesarios para analizar el impacto de la economía informal en México, de tal manera que permita generar una propuesta económica y fiscal que ayude a resolver la gran problemática que tiene el Gobierno con consecuencias hacia la población que es la economía informal.

SEGUNDA: También es necesario fomentar la cultura del crédito para obtener un financiamiento y con ello una capacitación para tener un negocio legalmente establecido.

TERCERA: La informalidad es una opción para obtener recursos financieros antes de elevar las tasas de impuestos en el país, se puede ampliar la base gravable y con ello satisfacer las necesidades del Estado en servicios públicos y/o sociales educación, salud, seguridad.

CUARTA: Se propone que haya realmente un programa de empleo con mejores salarios para que las familias puedan subsistir decorosamente y así poder evitar la economía informal.

Considero de suma importancia que haya mayor capacitación, ya que se carece de mano de obra calificada para que las empresas puedan enfrentar los retos de la competitividad. Y así con ello combatir un poco la economía informal.

QUINTA: Se debe implementar nuevas políticas de empleos, carreras técnicas y ayuda a micro empresa para que las personas tengan empleos y así salgan de las calles mexicanas. Se sabe que la Secretaría de Economía y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social cuentan con programas de capacitación es urgente que se lleven a cabo.

SEXTA: Se recomienda el negocio de la franquicia porque es seguro y padecería menos la situación económica que estamos viviendo en México, ya que se trataría de una marca reconocida y bastante acientada.

SEPTIMA: También se propone la franquicia porque cuenta con la capacitación, supervisión y experiencia, así el Franquiciatario no inicia de cero como en cualquier negocio y fracasa. Así mismo el Franquiciante comparte el compromiso en crecer conjuntamente para que haya utilidad.

OCTAVA: Se recomienda que en las universidades se realice una oportuna divulgación del tema, a través de eventos, postgrados y conferencias especializadas para promover el conocimiento y la información tanto en profesionales del derecho como en comerciantes y empresarios en general.

CONCLUSIONES

De todo lo anterior, se puede determinar que la economía informal no es un fenómeno nuevo, su crecimiento se asocia al crecimiento de la población y al escaso crecimiento de la economía, pues no se generan en el sector formal los empleos que la gente demanda.

Las franquicias son una opción de negocio, en la cual, la mayoría de las veces se tiene identificado su mercado, así como su redituabilidad.

Las franquicias se han vuelto una opción importante para todo emprendedor, es por ello que la Secretaría de Economía brinda apoyo a aquellas personas que deseen desarrollar o certificar una franquicia. Así como para aquellas personas que deseen simplemente adquirir o certificarse como consultor de franquicias.

El gran atractivo de esta alternativa para el nuevo comerciante es la posibilidad de asesoramiento y de apoyo a la gestión que recibe el franquiciador y que puede suplir en muchos casos la propia inexperiencia del comerciante.

Las franquicias es un tipo de negocio que trae para los sujetos que intervienen en la franquicia ventajas y beneficios que los hacen crecer rápidamente.

México se ubica entre los diez primeros países en cuanto a desarrollo de su Sistema de Franquicias, a la zaga solamente de EUA, Brasil, Canadá, Japón, Francia, Alemania, Inglaterra, Australia e Italia, y muy parejo con España.

La economía informal tiene, en términos económicos, políticos y sociales, resultados muy costosos para el País. Así es que se requiere encontrar fórmulas que permitan combatirla de manera efectiva.

En estos momentos difíciles para el País, la mayoría de las personas que quedan desempleadas deciden estar en la informalidad, por eso es necesario que también se divulguen los programas de capacitación que existen por parte del Gobierno Federal, Local y Municipal.

Las respuestas que han dado las autoridades al problema de la economía informal, especialmente en lo que se refiere al comercio ambulante han sido bastante incompletas.

Mediante reformas estructurales, es posible desplegar un crecimiento económico sostenido para emplear y dotar de oportunidades a las personas que hoy no pueden incorporarse a la economía formal. De igual manera, será indispensable reformar diversos mecanismos institucionales para dinamizar los mercados laborales y generar una estructura de incentivos y sanciones que propicien el cumplimiento universal de las regulaciones.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Alba Aldave, María Cristina. *Franquicias: Una Perspectiva Mundial*, Publicado por UNAM, 2005.
- Bermúdez González, Guillermo J. *La Franquicia: Elementos, Relaciones y Estrategias*, Editorial Esic, 2002. Madrid, España.
- Burruezo García, Juan Carlos. *La Gestión Moderna del Comercio Minorista: El Enfoque Práctico de las Tiendas de Éxito*, Esic Editorial, 2003. Madrid, España.
- Cervantes Ahumada, Raúl. *Derecho Mercantil*. Editorial Porrúa, 2007. México.
- Colección Nuevos Autores, N° 5. *El Contrato Verbal de Franquicia*, Tribunal Supremo de Justicia, Venezuela 2004.
- Díaz Bravo Arturo. *Contratos Mercantiles*, Editorial Oxford, México, 2002.
- Gutiérrez y Gonzales Ernesto. *Derecho de las Obligaciones*, Editorial Porrúa, México, 2002.
- Espaliat Canu, Mauricio. Espaliat Planas, Patricia. *Franquicia: Una Alternativa de Trabajo Independiente*, Editorial Windsor, Madrid, 2002.
- Feher Tocalti, Ferenz. *Franquicias a la Mexicana*, Editorial Mc Graw Hill, México, 2000.
- Flores Zavala, Ernesto. *Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas*. Ed. Porrúa, 2004.
- Gross, Herbert y Walter Skaupy. *Un Secreto Comercial: El Boom de los Sistemas de Franquicia*, Editorial Anaya, Madrid, 2001.
- Hernando Jiménez, Aurora. *El Contrato de Franquicia de Empresa*, Editorial Civitas, Madrid, 2000.
- Javier Arce, Gargollo. *Contratos Mercantiles Atípicos*, Editorial Porrúa, México, 2001.
- Kothler, Phillip. Dirección de la Mercadotecnia, Editorial Prentice Hall, México, 2000.
- Lamb, Charles W. Hair Carl, Joseph F. D Mcdaniel, Joseph F Hair, Carl D Mcdaniel. *Marketing*, Editorial Cengage Learning, España, 2006.
- León Tovar Soyla H. *Libro Contratos Mercantiles*, 3era. Impresión. Editorial Oxford University Press, México, 2005.

Natera Hidalgo Rafael D., Colaborador Rafael D. Natera Hidalgo. *Fiscalidad de los Contratos Civiles y Mercantiles: Fundamentos y Formularios*, Editorial Ciss, España, 2007.

Pérez Fernández Del Castillo, Bernardo. *Contratos Civiles*, Editorial Porrúa, México, 2000.

Puchol Luis. Colaborador Carlos Ongallo. *El Libro del Emprendedor: Cómo Crear tu Empresa y Convertirte en tu Propio Jefe*, Ediciones Díaz De Santos, España, 2005.

Raab Steven y Gregory Matussy. *Franquicias*, Editorial Limusa, México, 2002.

Rieja Siejas Alfonso. *Lo Elemental de las Franquicias*, Editorial Italgráfica, Caracas, Venezuela, 2001.

Ruiz-Rico Ruiz, Catalina. *El Contrato de Franquicia y sus Límites Jurídicos*. Editorial Tirant Lo Blanch, España, 2008.

Torres de La Rosa, Alejandra. *El Contrato de Franquicia en el Derecho Mexicano*, Editorial Porrúa, México, 2000.

El Contrato de Franquicia en el Derecho Mexicano. Coedición Universidad Anáhuac, Editorial Porrúa, 2ª Edición, México, 2006.

Tocatli Feher, Ferenz. Gallástegui, Juan Manuel. *Las Franquicias, un efecto de la globalización*. Editorial Mc Graw-Hill, México, 2001.

LEGISLACIONES CONSULTADAS

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Editorial Porrúa Año 2008.
2. Código Civil. Agenda Civil del D.F., Ediciones Fiscales ISEF, Año 2009.
3. Código de Comercio. Ediciones Fiscales ISEF Año 2009,
4. Código Fiscal. Fisco Agenda Correlacionado y Tematizado. Ediciones Fiscales ISEF Año 2008
5. Ley de la Propiedad Industrial. Agenda Mercantil 2009. Ediciones Fiscales ISEF.

OTRAS FUENTES

http://www.wikilearning.com/monografia/franquiciasorigen_y_antecedentes_historicos_de_la_franquicia/14928-8
<http://www.tormo.com.ve/franquiciados/abc/historia.asp>
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/tanus_n_j/capitulo3.pdf
<http://www.franquiciaenlinea.com/section/936.html>
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/franquiciasLynn.htm>
http://www.chile.com/tpl/articulo/detalle/ver.tpl?cod_articulo=71418
<http://www.injef.com/revista/empresarios/regfranq.htm>
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/tanus_n_j/capitulo_3.html#
<http://www.tormo.com/franquiciados/informacion/datos/mundo.asp>
http://www.negocio.us/internet_business/franquicias/
<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/50596.html>
<http://chile-franquicias.blogspot.com/2008/07/franchisekeylas-franquicias-en-el.html>
<http://www.tormo.com.co/franquiciados/datos/mundo.asp>
[http://www.tormo.com/internacional/124/El_mercado_frances_lider_en_franquicia_\(Parte_I\).htm](http://www.tormo.com/internacional/124/El_mercado_frances_lider_en_franquicia_(Parte_I).htm)
http://www.tormo.com/internacional/231/El_mercado_actual_de_la_franquicia_en_Francia.htm
http://www.trabajo.com.mx/tipos_de_franquicia.htm
http://www.franquiciasynegocios.com.mx/articulos.php?id_sec=5&id_art=56
http://www.franquiciasynegocios.com.mx/articulos.php?id_sec=5&id_art=56
<http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpyEFFyyluJcjouqCd.php>
<http://www.monografias.com/trabajos/franchising/franchising.shtml>
<http://www.prensalibre.com/pl/2005/abril/25/112818.html>
http://www.tormo.com.mx/articulos/103/Tiendas_de_conveniencia_Similitudes_y_diferencias_con_el_modelo_de_fra.html
<http://www.franquiciasdemexico.org/preguntas1.htm>
<http://www.monografias.com/trabajos/franchising/franchising.shtml>
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/de_l_a/capitulo_3.html#
<http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/glosario/nvglosario.jsp?bpalabra=Circular+de+Oferta+de+Franquicia>
<http://www.franquiciaenlinea.com/section/881.html>
<http://www.mariscal-asociados.com/pdf-franquicias/expofranquicia.pdf>
<http://www.monografias.com/trabajos41/franchising/franchising2.shtml#caract>
http://www.transparencia.df.gob.mx/manuales/guia_tecnica/concepto.html
<http://www.franquiciasdemexico.org/preguntas3.htm>
<http://www.mundofranquicia.com/mfc/reportajes/desarrollo.php?num=117>
<http://www.tormo.com/franquiciadores/marco/contrato.asp>
<http://www.rae.es/rae.html>

REVISTAS

Revista “El Foro” De La Barra Mexicana, Colegio De Abogados, AC.
Duodécima Época, Tomo XIV, Número 1, Primer Semestre 2001, México
D.F.

Revista Entrepreneur Vol. 17 Núm. 1, Enero 2009.

Revista Entrepreneur Vol. 17 Núm 07 Julio 2009.

Revista del Posgrado en Derecho de la UNAM, Vol. 2 Núm. 2 Enero-Junio
de 2006.

Revista de Negocios Expansión Año XL Número 1021, Agosto 2009