



318308
UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA

ESCUELA DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA U.N.A.M.

201
EL SISTEMA DE INFORMACION CONTABLE DE UNA
FRANQUICIA COMO DETERMINANTE DE LA
COMPETITIVIDAD EN LAS SOCIEDADES
MERCANTILES MEXICANAS.

T R A B A J O

Q U E P R E S E N T A

LAURA GUADALUPE NIETO BARAJAS

CON LA FINALIDAD DE OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN CONTADURIA

ASESOR INTERNO: C. P. ROBERTO CORTEZ BELMONT

MEXICO, D. F.

AGOSTO DE 1994

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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 está 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.

Deseo manifestar mi agradecimiento a mis padres *Jorge A. Nieto Romero* y *Ma. Teresa Barajas Resendiz*, quienes hicieron posible mi formación personal y profesional.

Así como a mis hermanos *Claudia, Jorge y Enrique*, quienes con su cariño motivan mi vida personal.

Y de manera muy especial a mi esposo *René Ramirez Cruz*, quien con su amor y apoyo incondicional ha hecho posible la realización de todas nuestras metas.

INDICE DE CONTENIDO.

	Página
Introducción.....	I
I. El Proceso Contable.....	1
1.1 La Técnica Contable.....	2
1.2 Fases del Proceso Contable.....	10
1.3 La Información Contable.....	14
1.4 La Información Financiera.....	24
II. Las Franquicias como base de análisis.....	34
2.1 Antecedentes.....	35
2.2 Marco general de la existencia de las Franquicias.....	43
2.3 Clasificación de las Franquicias.....	56
2.4 Las Franquicias y su impacto ante la apertura comercial de México.....	60
III. El Flujo Informativo.....	69
3.1 Condiciones legales y reales sobre el flujo de información.....	70
3.2 Información en función a la operación.....	75
3.3 Información Contable.....	83
3.4 Información Financiera.....	89
IV. Caso Práctico.....	94
Conclusiones.....	VI

Recomendaciones.....	XV
Apéndices.....	XVII
Referencias bibliográficas.....	XXIV
Índice de figuras.....	XXVIII

INTRODUCCION.

En el desarrollo académico y profesional he observado un fenómeno organizacional que con mi poca experiencia laboral considero determinante en el avance económico, me refiero al fenómeno de la Franquicia, que para un contador plantea innumerables formas de abordaje, una de ellas refiere a su estado financiero, por tanto al flujo de información contable. En tal medida como contador y teniendo como herramienta teórico-práctica el proceso contable y sus repercusiones sobre la información financiera en el campo de las Franquicias, decidí desarrollar en la presente tesis el tema de: **El sistema de información contable de una Franquicia como determinante de la competitividad en las sociedades mercantiles mexicanas.**

Tema que plantea como variable independiente:

El sistema de información contable.

y como variable dependiente la siguiente:

De la competitividad en las sociedades mercantiles mexicanas.

La importancia social del presente trabajo radica en mostrar la forma en que una Franquicia permite a una empresa desarrollar condiciones socio-económicas y formas de relación en un contexto mercantil cuya competitividad aumenta ante la entrada del Tratado de Libre Comercio, la Franquicia presenta características contables y financieras relevantes en cuanto a su funcionamiento, el cual compromete la fuente de ingreso económico y desarrollo socio-económico tanto a su

personal como a la propia organización.

La importancia teórica consiste en establecer un proceso de sistematización, evaluación, procesamiento, valuación e información sobre aspectos financieros que permita optimizar los recursos generados por la presencia de una Franquicia en una sociedad mercantil mexicana, por tanto establecer el proceso que de acuerdo a la contabilidad permita optimizar la información financiera, así como destacar el papel del Lic. en Contaduría en el seguimiento administrativo y funcional de las características y necesidades de una Franquicia desde su punto de vista.

De lo anterior se desprende como hipótesis central del tema, la siguiente: Si la información financiera se establece y define a partir de la aplicación del proceso contable y ésta optimiza los resultados de una Franquicia, por lo tanto una empresa mercantil mexicana tendrá mayor competitividad en el mercado, luego entonces a mayor aplicación del proceso contable mayor optimización de la información financiera así como de las características de una Franquicia al igual que mayor competitividad de una empresa mercantil mexicana en el mercado.

Como hipótesis nula: Si la información financiera se establece y define a partir de la aplicación del proceso contable y ésta no optimiza los resultados de una Franquicia, por lo tanto una empresa mercantil

mexicana no tendrá mayor competitividad en el mercado luego entonces a mayor aplicación del proceso contable no hay mayor optimización de la información financiera así como de las características de una Franquicia al igual que tampoco mayor competitividad de una empresa mercantil mexicana en el mercado.

Por lo que se puede decir que los objetivos de este trabajo son los siguientes:

-General: Establecer la forma en que un proceso contable retroalimenta las características administrativas de una Franquicia de tipo mercantil mexicana.

-Particular: Describir cómo a través de la aplicación del proceso contable se obtiene la información financiera así como un flujo de información que determina la toma de decisiones de una empresa mercantil mexicana en el contexto económico nacional.

-Específico: Establecer una propuesta que permita desarrollar en base al proceso contable un sistema de información financiera que retroalimenta la competitividad generada por una Franquicia en la empresa mercantil mexicana.

Acorde a la variable independiente planteada se considera que el objeto de estudio de la presente investigación es el sistema de información contable y financiera, en tal medida refiere a la descripción y funcionalidad de un proceso, esto es el proceso contable lo que

permite ubicar acorde a la epistemología como dicho proceso en un objeto conceptual simple, ya que solo se describirá y se indicará la relación funcional necesaria para llevarlo a cabo.

Los métodos empleados fueron:

- a) Generales.- acorde al objeto de estudio se considera que los métodos generales de conocimiento a implementar son: Inductivo - Analítico - Sintético - Analógico.

- b) Particulares.- Esos se definen acorde al establecimiento de un sistema de información financiera para una entidad económica.

Las técnicas utilizadas:

- a) Generales.- Acorde a la parte teórica se consideró necesario implementar; técnica de fichaje, elaboración de fichas tanto bibliográficas, hemerográficas como de trabajo, técnica de análisis de contenido.

- b) Particulares.- Tomando en cuenta el proceso contable se consideraron los procesos y métodos que acorde a las circunstancias que rodean el caso práctico, permitieron definir e integrar el desarrollo de un proceso contable en cuanto a la sistematización de información financiera.

Su ubicación fue la siguiente:

- a) Espacial.- Biblioteca ULA, biblioteca central UNAM, Biblioteca

FCA, biblioteca CCP, biblioteca ULSA, biblioteca UIA.

b) Temporal.- Febrero de 1994 a Julio de 1994.

Es importante retomar para el desarrollo de esta investigación el proceso contable en cuanto a sus diferentes etapas y momentos, ya que esto permite definir el lugar de lo que en la investigación se considera información financiera así como su dimensión, elementos que en el proceso contable nos permiten definir el contexto de la investigación en cuanto a la contabilidad y el vínculo de ésta con la contaduría, en tal medida hablar del sistema de información contable permite establecer relaciones conceptuales-prácticas con el fenómeno de la Franquicia así como el de la competitividad de una empresa mercantil mexicana, en tal caso estos fenómenos tienen como eje directriz tanto a nivel teórico como práctico, el proceso contable, proceso que delimita el alcance de esta investigación.

CAPITULO I EL PROCESO CONTABLE.

El poder entender lo que el Proceso Contable ha significado como un medio de información para el avance de la Contabilidad es esencial en la comprensión de la Técnica, pudiendo con ello establecer la mejor manera de manejar un negocio.

La Técnica Contable basada en los Principios de Contabilidad, reglas particulares aplicables a los conceptos que integran los Estados Financieros y al criterio prudencial de aplicación de las mismas (utilizado ésto como guía de acción), hace posible poder obtener la Información Contable y la Financiera de forma homogénea, útil, confiable y comparable, ayudando a la toma de decisiones y a un mejor conocimiento de la entidad.*

La Información Contable como resultado del proceso de cuantificación de los eventos económicos realizados por una entidad, debe de ser manejado bajo ciertas reglas de valuación y presentación, las cuales son dictadas por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, que es una entidad normativa, con el objeto de que la información resulte homogénea, siendo esto necesario, por las diferentes apreciaciones que pueden resultar sobre un mismo concepto por parte de quienes realizan el registro de las operaciones.

*Para fines de la presente investigación, el termino entidad se entenderá como Franquicia, la cual se definirá en el Capítulo II.

Una vez obtenida la información contable, se hace necesario analizarla para tener una visión más clara de la situación en la que se encuentra la entidad, pudiendo lograr ésto mediante la información financiera.

Entendiendo la utilidad del conocimiento de las bases de la Técnica Contable y de las fases de su proceso, es sencillo comprender lo que la generación y el flujo de la Información Contable y la Financiera significan para una entidad, por lo que estos conceptos serán objeto de estudio en el presente capítulo.

1.1 LA TECNICA CONTABLE.

Para entrar al estudio de la Técnica Contable definiré a la Contaduría para establecer el contexto del cual se deriva la Contabilidad, hay que recordar que esto se refleja en relación al fenómeno de la Franquicia, pero en este momento, me avocaré a definir el fundamento conceptual de los principales términos en los cuales se fundamenta la investigación.

La Contaduría según el C.P. Elizondo López se define como: " la disciplina profesional de caracter científico que, fundamentándose en una teoría específica y a través de un proceso, obtiene y comprueba información financiera sobre transacciones celebradas por entidades

económicas" (1), y según el C.P. Paz Zavala se define como: "la actividad profesional que siguiendo el método científico desarrolla la Técnica Contable y proporciona medios sobre las operaciones realizadas por cualquier entidad económica."(2)

Expuesto lo anterior, se observa que cualquier entidad necesita de los profesionales de la Contaduría para la aplicación de lo que se denomina como la Técnica Contable, la cual se conforma por el conjunto de principios, reglas, criterios que rigen el estudio y el ejercicio de la Contaduría así como la formulación de los Estados Financieros.

La Contabilidad es definida según el Gran diccionario enciclopédico ilustrado de Selecciones del Reader's Digest como: " el sistema de llevar la cuenta, razón y análisis de las operaciones efectuadas, para saber exactamente como se desarrollan las actividades económicas de un estado, una empresa o una persona " (3), y por el C.P. Paz Zavala es conceptualizado como: " la técnica que a través de: principios, reglas, normas, criterios, métodos y procedimientos; valúa, captura, clasifica y registra las operaciones de las entidades para producir

1. ELIZONDO LOPEZ, Arturo. "El Proceso Contable, Contabilidad Segundo Nivel", 5a. ed., E.C.A.S.A., México, 1988. p. 37.

2. PAZ ZAVALA, Enrique. "Introducción a la Contaduría", 1a. ed. E.C.A.S.A., México, 1988. p. 10

3. "Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado", 1a. ed. Vol. II, Selecciones del Reader's Digest, México, 1986. p. 360

información clara, veraz, oportuna y relevante a través de Estados Financieros, que ayuden a minimizar el grado de incertidumbre o error en la toma de decisiones. " (4)

Después de tener claro lo que se entiende por Contabilidad se define a la técnica en un marco generalizado como: " el conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte." (5), la Técnica Contable desarrolla una secuencia lógica para lograr las metas y objetivos de la Contabilidad basándose en los principios, reglas y criterios ya enmarcados por el I.M.C.P..

Dicha técnica ha observado gran evolución desde su divulgación a la humanidad en 1494 por Fray Lucas Paciolo, mediante la publicación de su obra *Summa de Arithmetica, Geometría, Proportioni et Proportionalita*, en la cual se manejan las primeras bases para lo que hoy se conoce como Contabilidad, por lo que se le considera como el padre de la misma; aunque existen indicios de que varias civilizaciones ya la practicaban.

Debido a que los principios, reglas y criterios ya mencionados son de importancia para el estudio del flujo de la información contable y financiera de una Franquicia, abundaremos un poco más sobre el tema, basándonos en la serie A de los Principios de Contabilidad

4. PAZ. Idem. p. 34.

5. " Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado". Vol. VII. Idem. p. 525.

Generalmente Aceptados (PCGA).(6)

A) LOS PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD.

Estos son conceptos básicos que establecen las bases de cuantificación y presentación de las operaciones (Valor histórico original, Negocio en marcha y Dualidad económica) de la información financiera cuantitativa por medio de los Estados Financieros (Revelación suficiente), así como la delimitación e identificación del ente económico (Entidad, Realización y Período contable), cumpliendo con ciertos requisitos generales (Importancia relativa y Consistencia); Por lo que, como hemos mencionado se hace necesario tomarlos como guías de acción para el reconocimiento homogéneo de las actividades económicas realizadas por el ente, pudiendo emitir información contable y financiera útil para la toma de decisiones.

Para poder entender la importancia que presenta cada uno de ellos, tanto para la Técnica Contable como para la Contaduría Pública, serán descritos brevemente en orden alfabético:

CONSISTENCIA: Los usos de la información contable requieren de que se sigan procedimientos de cuantificación que permanezcan en el tiempo no solo para el ejercicio al que se refieren los Estados

6. "Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados", Novena ed., Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C., México, 1994. pp. 15-71.

Financieros sino también en relación con períodos anteriores, con objeto de que puedan ser comparables, siendo ésta una de las características de la información contable que ha motivado que la Contabilidad constituya un elemento esencial en el campo de los negocios.

DUALIDAD ECONOMICA: Constituida por los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines y por las fuentes de dichos recursos, en este caso obligaciones ante terceros.

ENTIDAD: La constituye una combinación de recursos humanos, recursos materiales y capital, coordinados por una autoridad que toma decisiones y que se responsabiliza de las actividades económicas, encaminadas a la consecución de los fines para los que fue creada teniendo una personalidad independiente a la de sus propietarios.

IMPORTANCIA RELATIVA: La información que aparece en los Estados Financieros mostrará los aspectos importantes de la entidad susceptibles de ser cuantificados en términos monetarios, ya que de no hacerlo, el efecto que producirían esas partidas dentro de la información financiera se vería distorsionado. La importancia es determinada en función a su efecto en la información financiera, en atención a su monto y a su naturaleza.

NEGOCIO EN MARCHA: La entidad se presume en existencia permanente salvo que exista una especificación en contrario de cualquier tipo, que pueda interrumpir la vida de la misma, como lo sería la quiebra.

PERIODO CONTABLE: La necesidad de conocer los resultados de las operaciones y la situación financiera que se genere de la entidad, bajo una existencia continúa, hace necesario dividir su vida en períodos convencionales, por lo que las operaciones y eventos cuantificables serán registrados en el período en el que ocurren, por lo tanto, cualquier información contable debe indicar claramente el período al cual se refiere.

REALIZACION: Las operaciones y eventos económicos que la Contabilidad ó Técnica Contable cuantifica en términos monetarios se consideran realizados: cuando ha efectuado transacciones con otros entes económicos, cuando han tenido lugar transformaciones internas que modifiquen la estructura de los recursos con los que cuenta o de sus fuentes o cuando han ocurrido eventos económicos externos a la entidad o derivados de las operaciones de ésta y cuyo efecto puede cuantificarse razonablemente en términos monetarios.

Todo esto implica un cambio en la situación financiera y/o en el resultado de la operación de la entidad, por lo que muestra una relación estrecha con el principio de Período Contable, en cuanto a la

necesidad de registrar los eventos realizados durante el ciclo en el cual se tomaron como tales, para que así la información financiera refleje adecuadamente las actividades y operaciones realizadas.

REVELACION SUFICIENTE: La información contable presentada en los Estados Financieros contendrá en forma clara y comprensible todo lo necesario que sea de utilidad para juzgar los resultados de la operación tanto como de la situación financiera de la entidad, debido a que la información cuantitativa, será requerida por los participantes de la actividad económica para la toma de decisiones, siendo la suficiencia de la información en proporción directa a esos requerimientos que el usuario demanda de ésta.

VALOR HISTORICO ORIGINAL: Las transacciones y eventos económicos que la Contabilidad cuantifica, se registran según la cantidad de efectivo que se afecte o su equivalente a la estimación que de ellos se haga al momento en que se consideren concretados.

Así después de describir cada uno de los Principios de Contabilidad, observo que para tener una especificación individual sobre cada una de las partidas de los Estados Financieros, hay ciertas reglas particulares de aplicación.

B) REGLAS PARTICULARES.

Estas representan la especificación individual y concreta de los conceptos que integran cada uno de los Estados Financieros, se dividen en: reglas de valuación.- referidas a la aplicación de los principios así como a la cuantificación de los conceptos específicos que integran los estados financieros, y reglas de presentación.- se refieren al modo particular de incluir adecuadamente cada concepto dentro de cada uno de los Estados Financieros.

Estas reglas se originan como resultado de los diferentes tratamientos manejados por los usuarios, dependiendo de el tipo de entidad de que se trate y de la apreciación personal de cada uno de ellos; haciéndose indispensable el utilizarlas como guías de acción para el tratamiento contable de los eventos económicos derivados de la entidad, y así obtener información homogénea.

C) CRITERIO PRUDENCIAL.

La medición o cuantificación contable y la aplicación de reglas particulares no obedece a un modelo rígido, sino que requiere de la utilización de un criterio personal para elegir entre las alternativas que se presenten como equivalentes, tomando en consideración los elementos de juicio disponibles, ya sean circunstanciales, de excepción o los presentados en casos particulares.

Partiendo de que la Contabilidad se considera como una técnica, los principios, reglas y criterios en que ésta se basa no son considerados como verdades fundamentales, sino como guías de acción necesarias para la obtención de información estandar, uniforme y homogénea.

Debido a que esta técnica es diseñada por el hombre para la satisfacción de sus necesidades, se deriva de ello la existencia de múltiples apreciaciones personales de quienes realizan la obtención de información sucedida en base a documentación comprobatoria y de quienes realizan el registro de esas operaciones, haciéndose necesario llevar a cabo un proceso, como consecuencia de reconocer una serie de actividades eslabonadas que son realizadas por un ente económico y derivadas de su propia existencia; a este proceso se le llama Proceso Contable, el cual tiene como finalidad el poder lograr la obtención y comprobación de la información financiera, el cual tiene varias fases de desarrollo para poder cumplir con su objetivo.

1.2 FASES DEL PROCESO CONTABLE.

Debido a la necesidad de reconocer las actividades eslabonadas entre si, que desembocan en la obtención de información contable y financiera, así como en su flujo, y que son realizadas por una entidad, se hace necesario llevar a cabo un proceso el cual es definido como el conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial, así es como partiendo de ésta y de la definición de Contabilidad establecida en el apartado anterior, se deriva el Proceso

Contable.

Este proceso es definido por el C.P. Elizondo López como: " el conjunto de fases a través de las cuales la Contaduría Pública obtiene y comprueba la información financiera " (7); y por otros autores como el desarrollo de la secuencia lógica que se le da a la Teoría Contable para lograr metas y objetivos de una entidad.

Por lo anterior, se puede decir que el Proceso Contable tiene como principio el establecimiento de un sistema de información financiera para una entidad económica (sistematización), que cuantifique en unidades monetarias los recursos y obligaciones que adquiere en la celebración de transacciones financieras (valuación), elaborando así los Estados Financieros resultantes de estas transacciones celebradas (procesamiento), calificando su efecto sobre su situación financiera (evaluación), pudiendo así comunicar la información obtenida (información), siendo necesario el manejar fases de desarrollo para observar mediante éstas, el avance en la implantación del sistema de información, ya que conforman un parametro para su flujo dentro de la entidad, estas fases son consideradas como cada uno de los aspectos sucesivos que presenta un fenómeno o asunto. Basado en los términos citados por el C.P. Elizondo López en su libro El Proceso Contable, enlístico sus fases:(8)

7. ELIZONDO. Ibid. p. 41.

8. ELIZONDO. Idem. pp. 41-57

SISTEMATIZACION: En esta fase los elementos de la Contabilidad se organizan estableciendo un sistema de información financiera seleccionando o eligiendo los procedimientos y métodos adecuados, entre los métodos manual, mecánico, electromecánico y electrónico de acuerdo a las circunstancias que se presenten, tomando como base: el conocimiento de la naturaleza y características de la entidad económica, investigando su actividad o giro determinado por el tipo de mercancías que venda o servicios que ofrezca, marco legal aplicable por las disposiciones legales que afecte a la entidad, políticas de operación con las cuales se manejan, organigramas que esquematicen la organización detallando las divisiones funcionales, así como por otros aspectos importantes, con base al conocimiento y estudio de lo antes descrito, se podrá diseñar el sistema de información financiero así como documentos administrativos de apoyo como: catálogos de cuentas, documentos fuente, diagramas de flujo, guías de procesamiento e informes para poder tener la seguridad de que la implantación será exitosa.

VALUACION: Es la asignación de valor de los recursos y obligaciones que adquieran las entidades económicas, y teniendo la moneda como unidad de medida, serán valuadas en unidades monetarias; pero debido a las diferentes bases de cuantificación para un mismo fenómeno se hace necesario definir criterios que aseguren Estados Financieros homogéneos, dichos criterios han sido proporcionados paulatinamente por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C., para cada uno de los diferentes rubros.

PROCESAMIENTO: Mediante esta fase se elaboran los Estados Financieros resultantes de las transacciones realizadas, teniendo como etapas: la captación, clasificación, registro, cálculo y síntesis de los datos obteniendo estos a través de documentos fuente, clasificados por cuentas, que se calculan por medio del razonamiento humano o de las máquinas para poder ser sintetizados en Estados Financieros basados en reglas de presentación, que permitan ubicar a las cuentas dentro de los mismos con la finalidad de generar información en forma homogénea para poderla comparar.

EVALUACION: Con esta fase se califica el efecto de las transacciones celebradas por la entidad sobre su situación financiera comparando dicha información con normas predeterminadas para conocer las desviaciones sufridas, esto es conocido como análisis e interpretación financiera, consistiendo en la separación de los conceptos que integran un Estado Financiero con el fin de examinarlo críticamente, y con esto obtener elementos de juicio para evaluar correctamente los resultados de una entidad, pudiendo así explicar o concluir en forma personal lo que se interpreta, cabe hacer mención que algunas veces se confundió la palabra evaluación con valuación, su diferencia radica en que la primera como se ha mencionado significa calificar, y la segunda es cuantificar en unidades monetarias. Para ayuda de esta etapa se tienen dos métodos de análisis básicos:

- a) Verticales: son los que se efectúan entre un grupo de Estados Financieros de una entidad pertenecientes a un mismo ejercicio contable y

b) Horizontales: son los que se efectúan entre diversos Estados Financieros correspondientes a varios ejercicios, siendo lo anterior de ayuda para la presente fase.

INFORMACION: Esta fase es la que difunde la información financiera obtenida como consecuencia de las transacciones, observando objetividad e imparcialidad, así como presentándose de manera completa y oportuna para la toma de decisiones.

Como se puede observar, para poder llegar a la última etapa del proceso contable denominada información (financiera), es preciso contar con la información contable que es básica para la obtención de la primera.

1.3 LA INFORMACION CONTABLE.

Esta información es el resultado del proceso de cuantificación de las transacciones económicas realizadas por una entidad, siendo necesario que el registro de éstas sea con apego a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en conjunto con un proceso, con lo cual se logre el cumplimiento de la satisfacción de las necesidades del ente económico.

Los métodos de cuantificación varían siempre en complejidad, dependiendo del grado de dificultad que implique el obtener la información cuantitativa, por lo que es fundamental el correcto uso del

Proceso Contable tomando todas sus fases, así como conociendo las necesidades, obligaciones y características de donde se desea implantar, para con esto poder lograr el reducir la complejidad de la cuantificación de las operaciones y así cumplir con las características fundamentales que debe reunir la información contable, las cuales y basándonos en la serie C de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, se enlistan a continuación:(9), pudiendo retomarlos como parametro para el mejor cumplimiento del Flujo informativo Contable dentro de una entidad.

Utilidad.- Es la cualidad de la información contable de poderse adecuar a las necesidades de los diferentes usuarios, aunque cada uno de ellos tenga diferentes intereses en detalle, todos tendrán el interés económico sobre la entidad, pero debido a que sería prácticamente imposible conocer a el usuario en específico que necesite la información en cierto momento, y a sus intereses y necesidades particulares, se presenta información general por medio de los Estados Financieros: Balance General, Estado de Resultados y Estado de Cambios en la Situación Financiera.

Confiabilidad.- Es la característica de la información contable que hace que el usuario base sus decisiones en ella, no siendo esto inherente a la información misma, sino propiciado por las personas que la presentan y otorgado por el usuario

9. "Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados", Idem. pp. 211-289.

fundamentándose en que el proceso de cuantificación contable es estable, objetivo y verificable, ya que fueron utilizadas las mismas reglas para la captación, cuantificación y presentación de los datos.

Provisionalidad. Debido a la necesidad de hacer cortes en el tiempo de la vida de la entidad, la información contable que se presenta no necesariamente representa hechos terminados sino los resultados de operaciones y cambios en su situación financiera a la fecha del informe o reporte.

La información contable abarca desde los datos cuantificables hasta la información generada, pasando por el proceso de transformación que estos sufren para convertirse en aquella, por lo que se observan ciertos criterios para la valuación y presentación de cada uno de los conceptos o partidas que integran la información financiera, siendo para cada rubro, a manera de ejemplo, las siguientes apreciaciones para su presentación:

A) ACTIVO CIRCULANTE.-

1. Efectivo e inversiones temporales:

Los reglones de efectivo e inversiones temporales, deben mostrarse en el Balance General como las primeras partidas del activo circulante (recursos disponibles), excepto cuando existan restricciones formales en cuanto a su disponibilidad, en cuyo caso se mostrarán por

separado. Si su disponibilidad es a plazo mayor de un año o su destino está relacionado con la adquisición de activos no circulantes o con la amortización de pasivos a largo plazo, se presentarán fuera del activo circulante.

En las notas a los Estados Financieros deberán revelarse las restricciones a que se refiere el párrafo anterior.

La existencia de metales preciosos amonedados y el efectivo e inversiones temporales denominados en moneda extranjera, deberá revelarse indicando su monto, clase de moneda, cotizaciones utilizadas para su conversión y su equivalencia en moneda nacional.

También en las notas a los Estados Financieros debe indicarse las políticas de valuación aplicadas y el efecto de los hechos posteriores que modifiquen sustancialmente la valuación del efectivo e inversiones temporales entre las fechas de los Estados Financieros y de su emisión.

2. Cuentas por cobrar:

Considerando su exigibilidad y su disponibilidad, pueden ser clasificadas como de exigencia inmediata (corto plazo), y a largo plazo. Se consideran como a corto plazo, aquellas cuya disponibilidad es inmediata hasta un año posterior a la fecha del balance.

La exigibilidad a corto plazo, debe presentarse en el Balance General

como activo circulante inmediatamente después del efectivo e inversiones temporales. La cantidad a vencer a más de un año deberá presentarse fuera del activo circulante.

Las cuentas por cobrar a cargo de compañías tenedoras, subsidiarias, afiliadas y asociadas deben presentarse en reglón propio, y por separado, debido a que frecuentemente tienen características especiales en cuanto a su exigibilidad.

Las estimaciones para cuentas incobrables, descuentos, bonificaciones, etc., deben ser mostradas en el Balance General como deducciones a las cuentas por cobrar; en caso de que se presente el saldo neto, debe mencionarse en la nota a los Estados Financieros el importe de la estimación efectuada.

3. Inventarios:

En cuanto a los principios ha considerar en la presentación de información de inventarios y de acuerdo con el boletín del Esquema de la Teoría Básica de la Contabilidad Financiera son:

- Revelación suficiente,
- Importancia relativa y
- Consistencia.

Por su naturaleza, su presentación en el balance debe hacerse dentro del activo circulante ya que representa un recurso susceptible de convertirse en efectivo, detallando las partidas que lo componen según

se trate.

En virtud de los procedimientos alternativos que pueden usarse para su evaluación debe indicarse el sistema y método de su valuación, destacando, en su caso, el importe de la modificación sufrida por efectos del mercado o de la obsolescencia y/o lento movimiento de los artículos.

También debe destacarse si existen gravámenes sobre los inventarios o si éstos han sido ofrecidos en garantía, referenciándolos con el pasivo correspondiente.

4. Pagos anticipados:

Estos forman parte del activo circulante cuando el período de beneficios futuros es menor de un año o menor de un ciclo financiero a corto plazo, como ejemplo de este tipo de rubros tenemos: publicidad, gastos de mercado, seguros o uniformes pagados por anticipado, los cuales por su naturaleza serán pasados a gastos o costos según corresponda.

Después de enlistados algunos conceptos que integran el activo circulante enlistaré los que integran el activo no circulante.

B) ACTIVO NO CIRCULANTE.-

1. Inmuebles maquinaria y equipo:

En este grupo se incluyen la adquisición de bienes físicos que se utilizarán en la producción de bienes y servicios (generalmente en un periodo mayor de un año), los cuales son comprados sin el propósito de venderlos. Todos estos activos, con excepción de terrenos, están sujetos a depreciación o pérdida de valor por el transcurso del tiempo y uso.

Se presentan en el Balance General después del activo circulante, deduciendo del total de activos fijos el importe total de la depreciación acumulada; en su caso se puede presentar en una nota por separado, la composición del activo neto.

Los grupos del activo fijo, al presentarse en los Estados Financieros, se clasifican en:

-Inversiones no sujetas a depreciación. En este grupo se encuentran los terrenos en virtud de que son inversiones que no sufren ningún demérito y desgaste y que por el contrario, su valor aumenta con el transcurso del tiempo, debido principalmente a la plusvalía y otros fenómenos económicos.

-Inversiones sujetas a depreciación tales como: edificios, maquinaria y equipo, muebles y enseres, herramienta pesada, vehículos, etc.

Las construcciones en proceso se presentan por separado mencionando la cifra a que ascenderán estos proyectos, así como el tiempo en que se planean llevar a cabo.

En el caso de que los intereses por financiamiento, devengados durante el período de construcción o instalación de activos fijos, se haya cargado al costo del mismo, el monto de dichos intereses capitalizados, deberá mencionarse a través de una nota.

2. Intangibles:

Estos deben presentarse formando parte del último grupo de activos en el Balance General; cuando sean importantes, deberán distinguirse los diferentes conceptos, ya sea en el mismo balance o en una nota, especificando los métodos y plazos de amortización empleados.

Cuando un bien intangible haya perdido su valor económico y consecuentemente se cargue a resultados, deben revelarse las circunstancias que obligaron a ello. En las Franquicias tenemos dentro de este rubro los pagos que se realizan por el derecho de utilizar la marca dentro de una área delimitada y el monto pagado por la apertura de cada unidad, en algunos casos.

Después de manejar lo que interviene en el activo pasaremos al siguiente grupo de cuentas del Balance General, el pasivo.

C) PASIVOS:

Por razón de su pronta o inmediata exigibilidad, y de su correlación con el activo circulante en cuanto a la determinación del capital de trabajo, el pasivo a corto plazo debe presentarse como el primero del grupo de obligaciones que conforman el pasivo.

La presentación de los diferentes tipos de pasivos a corto plazo, deberá hacerse tomando en cuenta tanto la agrupación por su naturaleza semejante como las condiciones de exigibilidad e importancia relativa.

Es recomendable presentar por separado los adeudos a favor de proveedores por la adquisición de los bienes o servicios ya que representan la actividad principal de la empresa. Estos saldos deben incluir los fletes, gastos de importación, etc., en que se haya incurrido y estén aún pendientes de pago.

Los pasivos por financiamientos bancarios a corto plazo deberán presentarse por separado, estos pasivos también pueden incluir aquellos casos de obligaciones provenientes de algunos descuentos bancarios (pasivo real) de documentos por cobrar.

La porción circulante del pasivo a largo plazo deberá presentarse también por separado; esta separación resulta importante para fines de información de las políticas financieras de la empresa.

Los pasivos a favor de compañías afiliadas, deben presentarse por separado ya que la naturaleza del beneficiario les confiere a estos pasivos una característica especial en cuanto a su exigibilidad.

Las cuentas por pagar a acreedores diversos y los pasivos acumulados se agrupan generalmente en un solo total. Sin embargo, estos pasivos se pueden segregar y mostrarse en forma detallada de acuerdo con su importancia relativa para presentar una información más completa.

En caso de que existan pasivos de importancia en moneda extranjera, deberá revelarse esta situación, ya sea en el mismo balance o en una nota a los Estados Financieros.

En el caso de pasivo a largo plazo, éste debe mostrarse con tanto detalle como sea necesario, describiendo la naturaleza de cada uno de los préstamos o financiamiento que lo formen, el vencimiento, las tasas de interés, y las garantías o gravámenes respectivos, pudiéndose presentar estas circunstancias.

Teniendo dos de los grupos que integran el balance general veremos el último grupo, el capital contable.

D) CAPITAL CONTABLE.

La presentación en el Balance General de los diferentes conceptos que integran el capital contable deberá hacerse con el suficiente detalle para mostrar cada uno de ellos, incluyendo en primer lugar los que

forman el capital contribuido, seguido de los que integran el capital ganado (superavit), los importes correspondientes tanto a capital contribuido como a capital ganado pueden presentarse en subtotales.

En el caso de que existan anticipos de los socios o accionistas para futuros aumentos al capital social de la entidad, éstos se presentarán en un renglón por separado dentro del capital contribuido, siempre y cuando exista resolución en asamblea de socios o accionistas de que se aplicarán para aumentos al capital social en el futuro.

Los movimientos registrados durante el período en los conceptos de capital contribuido y del capital ganado (superavit) se mostrarán en el Estado de Variaciones en el Capital Contable. Asimismo, en este estado o en sus notas se revelarán los cambios principales.

Obtenida la información contable de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, que dará como resultado información que será de gran importancia para la toma de decisiones mostrando en forma resumida y general la situación de la entidad, a ésta se le denomina Información Financiera.

1.4 INFORMACION FINANCIERA

La Contabilidad produce información indispensable para la administración y desarrollo de la entidad, por lo que es procesada y concentrada para una mejor utilización, mostrándose en forma

resumida así como de manera general, para la satisfacción de las necesidades de los usuarios; a todo esto se le denomina Información Financiera, la cual es conformada por una serie de Estados Financieros y sus notas que expresan la situación financiera, sus cambios y resultados de operación de una empresa, para que mediante esto se puedan dar conclusiones sobre cuándo y cómo la empresa cumple con sus objetivos financieros.

Basándome en los boletines de la serie B de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados se pueden resumir algunos aspectos básicos de la información financiera(10), fundamentando el correcto cumplimiento del flujo informativo dentro de las Franquicias.

OBJETIVO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.

Es el de informar sobre la situación financiera, resultado de las operaciones y los cambios sucedidos en un período o ciclo económico, siendo un medio de comunicación, para la satisfacción de las necesidades del usuario general, pudiendo mediante ésta evaluar el futuro de la empresa y tomar decisiones de carácter económico, sin omitir información esencial ni incluir excesiva que los haría confusos.

Las características de los Estados Financieros son las que corresponden también a la información contable: utilidad, Confiabilidad y provisionalidad, para poder lograrlo deben ser preparados en base a

10. "Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados", Idem. pp. 85-210.

los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados; tomando como Estados Financieros Básicos a los siguientes:

Balance General,

Estado de Resultados,

Estado de Variaciones en el Capital Contable y

Estado de Cambios en la Situación Financiera.

Siendo las notas parte integrante de ellos.

ESTADOS FINANCIEROS COMBINADOS Y CONSOLIDADOS.

Los Estados Financieros consolidados son la suma de los individuales de la controladora y todas sus subsidiarias presentando su situación financiera, resultados de operación y cambios en la situación financiera, entendiendo por controladora aquella que controla una o más subsidiarias, y por subsidiaria aquella que es controlada por otra.

Los Estados Financieros combinados presentan la situación financiera, resultado de operación y cambios en la situación financiera de las compañías afiliadas como si fueran una sola, entendiendo por afiliadas las que tienen accionistas o administración común significativa.

Al consolidar o combinar los Estados Financieros se debe tomar en cuenta la exclusión de las partidas realizadas entre ellas y el tomar información que pertenezca al mismo período.

RECONOCIMIENTO DE LA INFLACION EN LA INFORMACION FINANCIERA.

Para lograr que los Estados Financieros reflejen en una mayor o menor cuantía los efectos de la inflación es necesaria la actualización de las cifras de la Información Financiera en base a los datos provenientes de los costos históricos, debido a que estos son los que se actualizan optando entre dos métodos: Ajustes por Cambios en el Nivel General de Precios o por el de Costos Específicos.

Debido a la importancia que implica el reconocer la inflación, la actualización debe incorporarse a los Estados Financieros básicos, indicando el método y procedimientos seguidos para la actualización, permitiendo al usuario con ello una mejor comprensión del contenido informativo.

Este boletín surgió a razón de los acontecimientos económicos inflacionarios sufridos en el país, por lo que la información financiera se distorsionaba, ya que partidas de bienes antiguos afectados por el impacto de la inflación, no representaban su valor actual, por lo que la profesión contable diseñó un mecanismo para reconocer el impacto derivado de la inflación en la información financiera, al cual se le denominó reexpresión de estados financieros, mejor conocido como reconocimiento de la inflación en la información financiera, contenido éste en un boletín normativo de la serie B relativo a la información financiera, con el número 10.

En sus lineamientos se establece que las partidas se dividen en: partidas no monetarias -inventarios, activo fijo y capital contable-, las cuales varían con la inflación debido a que tienen un valor por si mismas, además representan la propiedad de un bien, en función al tiempo, este tipo de partidas se refiere a los bienes muebles e inmuebles de una empresa; y, por otro lado, las partidas monetarias las cuales no varían con la inflación sino que estan representadas por su valor nominal -título de crédito, facturas, pagarés, etc.-, por lo anterior se deriva que estas partidas representan un derecho o una obligación, y el tiempo no determina su valor, sino que éste está impreso en el título.

En el transcurso de este apartado he señalado el efecto de la inflación, pero es conveniente definir este término de manera sencilla: la inflación es el cambio sostenido en el nivel general de precios siendo la consecuencia de este fenómeno económico la pérdida del poder adquisitivo de la moneda; el cálculo de los efectos de la inflación por su trascendencia se encuentra detallado en el citado boletín, para efectos del presente trabajo, considero solamente los efectos que originan dichos cálculos, los cuales se mencionan a continuación:

Como primer punto se puede decir que dentro de las partidas no monetarias existen dos efectos, el primero en los activos fijos e inventarios los cuales generan una utilidad por revaluación, es decir, al existir inflación los bienes se incrementan en su valor real; y segundo las cuentas de capital contable, propiamente la inversión de los

accionistas, genera una pérdida por revaluación.

Por lo anterior se puede decir que el efecto de las partidas no monetarias se resume de la siguiente forma:

A mayores activos, mayor beneficio.

A mayor inversión de los accionistas a capital contable, menor beneficio.

Por otro lado el efecto de las partidas monetarias, es similar, sin embargo hay que tener en cuenta que los beneficios o pérdidas se originan en función del poder adquisitivo, y no por el valor intrínseco de los bienes como sucede con las partidas no monetarias; es así que en las cuentas por cobrar se origina una pérdida en poder adquisitivo y en las cuentas por pagar se origina una ganancia, como conclusión se puede decir que:

A mayores activos, mayores pérdidas.

A mayores pasivos, mayores ganancias.

De todo lo anterior puedo decir que los efectos de la inflación determinados por el Boletín B-10, son similares para las partidas monetarias que para las no monetarias.

A partir de la información contable se obtienen los Estados Financieros, que nos proporcionan información que debe ser analizada e interpretada, con la finalidad de tener un conocimiento más amplio de la situación de la entidad y con ello cumplir en forma completa al

esta información dentro de las Franquicias. Esto lo pueden lograr mediante la aplicación de técnicas de análisis de carácter financiero simplificando y reduciendo con ésto los datos a examinar en términos más comprensibles para poderlos interpretar y hacerlos significativos.

Los métodos de análisis aplicables a los Estados Financieros comprenden:(11)

a) METODOS ESTATICOS

Razones simples.- Este método consiste en relacionar cifras de conceptos homogéneos de los Estados Financieros, con el objeto de obtener observaciones que son de importancia para una mejor interpretación sobre la solvencia, estabilidad y productividad de la entidad; de estas razones se desprende la siguiente clasificación:

-Estáticas: Formadas por rubros del Balance General -Estado Financiero estático- por presentar información a una fecha determinada.

-Dinámicas: Formadas por cuentas del Estado de Resultados -Estado Financiero dinámico- cuya información corresponde a un período determinado.

-Estático-Dinámicas: Son las que conjugan cuentas de uno y otro estado.

11. CALVO LANGARICA, Cesar, "Análisis e Interpretación de Estados Financieros", 7a. ed., PAC, México, 1990. pp B-1 - F-16.

Razones estandar.- Consiste en la utilización de un instrumento de control y comparación constante contra datos reales o actividades, para llegar al perfeccionamiento mediante el uso de estándares; éstas se dividen en:

-Internas: Basadas en datos de la empresa en años anteriores.

-Externas: Obtenidas del promedio de un grupo de giros similares.

Razón índice: Este método está basado en la combinación de los dos anteriores.

Método de porcentos integrales: Este se emplea por la necesidad de conocer la situación e importancia que representa un rubro contra un total o todo, equiparando la cantidad global con el 100% y determinando en relación a éste el porciento relativo a cada parte; puede aplicarse total si el todo o 100% corresponde a la cantidad máxima incluida en un Estado Financiero o parcial si se toma como 100% uno de los aspectos integrantes de un Estado Financiero.

Punto de equilibrio: Consta de una fórmula que localiza el lugar en donde se encuentra colocado el punto de equilibrio de una entidad, en donde no existe utilidad o pérdida; tomando como método descriptivo una gráfica, que representa la situación de la empresa sobre la cual se aplica.

Después de haber mencionado los métodos estáticos, según el origen

de las partidas que se analizan, mencionaré los métodos dinámicos.

b) METODOS DINAMICOS

Método de Aumentos y Disminuciones: Consiste en comparar Estados Financieros iguales correspondientes a dos o más períodos, obteniendo la diferencia que muestre las cifras correspondientes a un mismo concepto, después de este paso se obtendrán las conclusiones y variaciones correspondientes.

Para llevar a cabo este análisis, se utilizan Estados Financieros comparativos, teniendo como desventaja que en caso de comparar tres o más períodos, la presencia de la duda de cuál será el período más conveniente para tomarlo como base en el establecimiento de las diferencias.

Métodos de tendencias: Se puede decir que este método constituye una ampliación de el anterior, resolviendo el problema que se tenía en la comparación de tres o más períodos, tomando como base los índices que reportan números relativos, obteniendo una idea de su magnitud, ya que su valor siempre se relaciona con su base, dándonos cuenta con su lectura de la tendencia o sentido hacia el cual se ha dirigido el concepto.

El complemento indispensable para el cálculo de este método, para facilitar su interpretación es su representación gráfica, por lo cual se puede apreciar claramente el desarrollo de la serie.

Métodos Gráficos: Muestra en una forma objetiva como se conforman los Estados Financieros o la relación entre cuentas o renglones de los mismos estados.

De la clasificación anterior se puede concluir que la representación gráfica de uno o varios métodos puede ser de lo mas variado, dependiendo del método de análisis utilizado y los fines que se pretendan con las gráficas.

El objetivo de una entidad es el de optimizar los recursos tendientes a alcanzar su crecimiento, logrando visualizar esto por medio de los Estados Financieros; en la situación actual una de las modalidades de caracter económico recae en buscar nuevas perspectivas para manejar los elementos que integran la entidad, a través de operaciones o actividades mercantiles que van más lejos de nuestros ciclos habituales de comercialización.

Siendo objetivo de cualquier entidad el ofrecer un servicio o producto al cliente, así como el de la emisión de información contable y financiera, bajo la directriz de los inversionistas o directivos, podrá lograrse de la mejor manera cumpliendo con el concepto de calidad - observancia de los estándares al realizarse todos los procesos- lo cual bajo cierta estructura de organización, operación y administración se lleva a cabo; dentro del medio actual esta modalidad o nueva forma de hacer negocios hoy en día bajo ciertos parámetros de mercado se denomina como Franquicia.

CAPITULO II LAS FRANQUICIAS COMO BASE DE ANALISIS.

La opción de emprender un negocio con un mayor grado de certidumbre y posibilidades de éxito, cumpliendo con ciertos estándares de eficiencia actualmente se conoce con el término de Franquicia, éste representa un sistema basado en la estandarización de métodos de producción y de todo lo concerniente al negocio, logrando su expansión con medios mas dinámicos rápidos y ágiles, mediante logros de metas viables con apego a la reproducción de sistemas o formatos de negocios preestablecidos o ya aceptados en el campo de la mercadotecnia.

La llegada de las Franquicias a México es reciente, así como el entendimiento del sistema que las desarrollan; la modificación de ciertas leyes y la apertura comercial ha propiciado un crecimiento importante de este tipo de negocios, los cuales se basan en la compra de derechos de uso de una marca o nombre comercial así como la obtención de los derechos para desarrollar y operar un negocio de acuerdo con lineamientos y técnicas establecidas en manuales del sistema conocido como know how (saber como) y establecidas por el propietario de la marca

A la adquisición de la marca se goza de varios beneficios como capacitación, apoyo publicitario, soporte en adquisición de inventarios y equipos así como su optimización y lo primordial del negocio o mercado, la metodología base del sistema; debido a su impacto tanto

en México como en otros países del mundo mostrando un crecimiento importante, las Franquicias se han ubicado como el área de negocios de mayor dinamismo a nivel mundial.

El franquiciar un negocio, no significa proporcionar los mismos productos y servicios en cualquier lugar, sino el hacerlos accesibles al mercado en donde se establecerán, manteniendo una serie de características básicas, incluyendo los cambios necesarios a nivel local.

Por lo que para poder comprender el flujo de la información, ya sea operativa, contable o financiera dentro de una Franquicia, es necesario conocer sus antecedentes, clasificación, expansión y características.

2.1 ANTECEDENTES.

Para poder entender lo que la Franquicia como nueva forma de negocios significa, en una forma funcional representa: "El sistema o método de negocios en donde una de las partes denominada franquiciante le otorga a la otra denominada franquiciatario, la licencia para el uso de su marca y/o nombre comercial, así como de sus conocimientos y experiencias (know-how), para la efectiva y consistente operación de un negocio." (12)

12. GONZALEZ CALVILLO, Enrique, GONZALEZ CALVILLO, Rodrigo. "Franquicias: La Revolución de los 90", Mc Graw Hill, México, 1994. p. 23.

Así, observamos dentro de este concepto dos elementos necesarios para que se pueda dar la Franquicia, uno es la licencia para la utilización de la marca o nombre comercial y el otro es la transmisión de sus conocimientos, tecnología y experiencias, sobre la forma en que se llevará a cabo el sistema de negocios.

Como opción trascendental en el mundo de los negocios, se da por primera vez en nuestro país -Ley de transferencia de tecnología- (Diario Oficial del 9 de Enero de 1990) una definición legal de Franquicia la cual consideraba que: se entenderá como acuerdo de franquicia, aquel en que el proveedor además de conceder el uso o autorización de explotación de marcas o nombres comerciales al adquirente, transmitirá conocimientos técnicos y, proporcione asistencia técnica (13); al abrogarse la Ley de transferencia de tecnología, conjuntamente con su reglamento, (27 de junio de 1991) quedó en su lugar la Ley de fomento y protección a la propiedad industrial, (artículo 142) observando que: "existirá franquicia cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica para que la persona a quien se le conceda, pueda producir o vender bienes, o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta designe".(14)

13. Idem. p. 27.

14. Idem. p. 28.

Teniendo entendido el significado de una Franquicia, comentaré brevemente el origen histórico de la misma.(15)

En 1851 en Dayton, Ohio, I.M. Singer and Co., al enfrentarse a un problema de distribución de sus máquinas de coser e impulsado por sus deseos de superación, cambió su estructura de funcionamiento ya que no contaba con el dinero necesario para la producción de sus máquinas y dado que no era conocida por lo innovador del producto en esa época, estableció un sistema de concesionarios en donde, en lugar de pagarle a sus vendedores, eliminando así la carga de salarios, ahora ellos eran los que pagarían una cuota por el derecho de vender el producto en territorios específicos, resolviendo con esto el problema de distribución, ventas y de flujo de efectivo que tenía en ese momento; esta estrategia, sirvió como fundamento para el sistema que ahora se conoce como Franquicia.

En 1898, General Motor Co. adoptó un esquema similar al otorgar concesiones para la venta de sus productos (sistema que se utiliza actualmente con gran éxito en la industria automotriz), intentando también otras opciones de mercadotecnia, tales como el correo directo y las tiendas departamentales, probando ser el primero, el medio adecuado para la venta de sus productos.

Años más tarde las compañías de autopartes y petroleras lograron

15. Idem. pp. 32-37.

incrementar la distribución de sus productos mediante un sistema primitivo de franquicias. En el caso particular de las gasolineras hasta 1930 eran propiedad de las compañías petroleras, cuando la compañía Standard Oil Co., rentó sus estaciones a los administradores, estos nuevos concesionarios o franquiciatarios establecieron nuevos precios con los inherentes riesgos, beneficios y satisfacciones, este modelo fue copiado por las demás petroleras y actualmente se utiliza casi en todo el mundo.

En 1886, Coca-Cola Co. crecía lentamente con su sistema de fuente de sodas, hasta que en 1899 dos inversionistas lograron el que se les otorgaran los derechos de vender Coca-Cola en botellas en gran parte de Estados Unidos, estableciendo así la primera embotelladora en el mundo; con esta modalidad los costos fueron abatidos significativamente ya que el manejo del producto dependía del envío del mismo y del apoyo publicitario; debido al gran crecimiento de la demanda se vieron en la necesidad de subfranquiciar los derechos del producto en zonas geográficas y para 1919 ya existían aproximadamente 1000 embotelladoras.

En 1925 Howard Johnson inició un negocio de refrescos y helados, evolucionando hasta obtener algunos restaurantes; por falta de liquidez y para aumentar su negocio, decidió conseguir un socio franquiciatario a cambio de la utilización de su nombre, de su distintivo techo color naranja brillante y de la compra de sus productos, para 1940, ya

existían 100 restaurantes más en Estados Unidos, ahora Howard Johnson es una de las franquicias hoteleras más importantes de Estados Unidos.

La explosión de las Franquicias se dio después de la segunda guerra mundial, debido a una combinación de factores sociales, políticos, tecnológicos, económicos y legales que se conjugaron para dar lugar a su expansión, debido al optimismo y al deseo de olvidar lo sucedido se creó un ambiente de consumismo generalizado de todo tipo de bienes conjuntamente con la creación de centros comerciales que originaron competencia con los demás establecimientos que ofrecían diversos bienes o servicios ubicados en los centros de las poblaciones, por lo que se presentan las Franquicias como una alternativa para la distribución de nuevos productos y satisfacción de nuevas condiciones de negocios así como de la gran demanda de consumidores norteamericanos, siendo tal la difusión que cientos de personas encontraron en las franquicias el sistema ideal de ampliar sus negocios.

La internacionalización de las Franquicias a partir de la década de los sesenta, fue menos impresionante que en Estados Unidos, aunque para 1971 se tenían 156 franquicias norteamericanas operando con 3365 establecimientos fuera del país, actualmente en 1994 alcanza más de 400 compañías que las otorgan fuera del mercado estadounidense establecidas, principalmente en Canadá, Japón, Inglaterra, Francia, Italia y Australia.

La difícil introducción de este concepto a un nuevo mercado se reduce con el apoyo de investigaciones de mercado que cubran la necesidad de modificar el concepto original para su mejor logro, esto se puede ejemplificar claramente con la introducción de McDonald's a Rusia y la de Kentucky Fried Chicken en China.

Para principios de la década de los ochenta se encuentran los primeros casos de franquicias en México con la introducción de McDonald's, abriendo con ello camino a otras franquicias extranjeras al mercado mexicano, siendo el primer caso de gran dificultad ya que se trataba del primero en la historia de nuestro país.

Se ha conseguido otro gran paso en México, la formación de la Asociación Mexicana de Franquicias, A.C. en 1988, como consecuencia del auge y necesidad de información causado por la llegada de las franquicias, obteniéndose también los primeros casos aislados de franquicias mexicanas que representaron un gran paso para el nuevo concepto como lo fueron: Videocentro, Triónica, Dormimundo y Vip's.

Para poder observar la expansión de las Franquicias en México se mostrará en la siguiente figura de las 10 Franquicias más importantes en México.

	NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS	
	1987	1993
Alphagrapics (Servicio de impresión)	0	51
Ayby's (Comida rápida)	0	12
Blockbuster (Renta de videos)	0	22
Domino's pizza (Pizzas)	2	94
Helados bing (Helados)	12	331
Howard Johnson (Hoteles)	0	18
Kentucky Fried Chicken (Pollos)	42	106
Mc Donald's (Comida rápida)	5	61
OXXO (Tiendas de conveniencia)	270	901
Subway (Comida rápida)	0	50

FIGURA 2.1 EXPANSION DE LAS FRANQUICIAS EN MEXICO.

Enseguida se presenta una serie de etapas de lo que ha ocurrido hasta ahora y lo que se espera suceda con el desarrollo de las Franquicias.(16)

16. GONZALEZ CALVILLO, Enrique. "La Experiencia de las Franquicias", Mc Graw Hill, México, 1993, pp. 21-23.

Primera.- Escepticismo.

En ésta se observa el temor de los empresarios hacia el nuevo sistema debido a la ignorancia sobre el mismo, existe confusión en cuanto a la determinación legal del término y a su tratamiento, no solo en inversionistas, sino también en asesores, funcionarios y en general las personas que se encontraban con los primeros casos del tema.

Segunda.- Boom o Euforia.

En ésta se da a conocer más sobre el tema, identificándolo como el nuevo sistema de negocios, por lo que se dan los primeros contactos de la sociedad con las franquicias, debido también, al conocimiento de su funcionamiento exitoso en otros países, teniendo como consecuencia la creación de grupos especializados de asesores, apareciendo a la vez información que está al alcance de los interesados mediante conferencias y algunos eventos internacionales de comercialización. Por lo que se inicia la demanda de franquicias como medio de inversión o expansión de negocios, y la oferta de las mismas por empresas mexicanas que empiezan a considerar el franquiciar un negocio como una de las mejores opciones.

Tercera.- Adolescencia.

En esta etapa las franquicias tienen un menor crecimiento, y las que lograron implantarse con éxito continúan aún hoy en día en expansión, por lo que se tiene una clara distinción del término y de sus conveniencias, creándose así las primeras asociaciones de franquiciatarios con el propósito de conocer, plantear problemas y

soluciones sobre lo que ocurre dentro de sus negocios.

Cuarta.- Consolidación.

La competencia creada por la demanda de las franquicias es mayor, identificándose las que se establecieron debidamente y se desarrollaron como se planteaba, de las que no lo hicieron. Por otro lado surgen empresas que producen bienes o insumos específicos para facilitar la operación de los negocios por la demanda de la satisfacción de necesidades.

Teniendo ahora un amplio panorama antecesor de las Franquicias, así como su significado, orígenes, internacionalización y expansión en nuestro país, es relevante conocer el marco general de su existencia.

2.2 MARCO GENERAL DE LA EXISTENCIA DE LAS FRANQUICIAS

Para poder determinar la franquiciabilidad exitosa de un concepto, se deben cubrir ciertos requisitos mínimos siendo tales:(17)

1. La necesidad de la existencia de un nombre o marca del concepto, que esté debidamente protegido por cualquier medio legal existente, ya que de no ser así, podría ser utilizado por cualquier persona sin limitación alguna, sin poder exigir el pago de regalías por el uso de la misma y la existencia de reconocimiento del público dentro del mercado.

17. GONZALEZ y otro. Idem. pp. 93-94.

2. Preveer que los márgenes de utilidad del negocio deban ser superiores a la inflación del país en donde se establecerá o para ser comparada con la de otros negocios semejantes, de lo contrario no ofrecería atractivo para quien invirtiera en ello.

3. El negocio a franquiciar sería aquel cuyos productos o servicios satisfagan las necesidades reales de los consumidores dentro del mercado donde se desarrollarán, realizando estudios estableciendo las oportunidades del concepto a franquiciar, mediante nichos de mercado específicos, su aceptación, competencia, aportación y otros conceptos semejantes que determinen su éxito.

4. La empresa decidida a franquiciar deberá contar con la experiencia y antigüedad necesaria para que, en base a ello poder desarrollar los sistemas de operación necesarios, por lo menos durante dos años con tres unidades o durante tres años con dos unidades.

5. En este tipo de negocios el franquiciante debe de prestar asesoría y apoyo de todo tipo, y en cualquier momento al franquiciatario, ocupándose este último como es debido de la operación de su unidad en base al sistema establecido, ya que el éxito del franquiciatario depende del franquiciante prestándole ayuda en los siguientes conceptos básicos a manera de ejemplo:

-Consejo sobre la viabilidad del punto donde se

establecerá.

-Apoyo sobre la forma de aplicación del sistema, compra de insumos, política de precios y promoción de productos.

-Comunicación constante en busca de apoyo.

Una vez entendidos los criterios mínimos para la franquiciabilidad de un concepto y basándonos en el libro *La experiencia de las franquicias* se enuncia brevemente sobre la evolución del marco legal en nuestro país.(18)

A la llegada de la franquicias a México, no existía una regulación específica sobre las mismas, por lo que se daba la existencia de dos contratos separados: contrato de licencia de uso de marca o nombre comercial y el contrato de asistencia técnica y/o transferencia de tecnología, los cuales debían inscribirse ante el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología; una de las leyes que las regulaba era la Ley sobre el control y registro de la transferencia de tecnología, el uso y explotación de patentes, marcas y de acuerdo a ésta, existía la noción de que el proveedor de tecnología la transfería al adquirente por lo que como consecuencia el franquiciante debía asumir que la tecnología suministrada al franquiciatario para la operación del negocio era asimilada por éste, por lo tanto pasaría a formar parte de su patrimonio, quedando al aire la pregunta de qué tanto ayudaría al franquiciatario asimilar la tecnología si a la terminación del contrato, no

18. Idem. pp. 71-90.

tendría derecho a utilizar la marca.

Al abrogarse esta ley se olvidan estos conceptos y comienza la época del licenciamiento de la tecnología, ya que las regalías deben entenderse como renta por el uso de un sistema y no como pago parcial al proveedor por la adquisición de su tecnología; aboliendo también el registro obligatorio de los contratos de tecnología.

En la actualidad y con la creación de la Ley de propiedad industrial, los contratos de Franquicia no están sujetos a la aprobación y restricciones de la autoridad, en su lugar, estos fueron cambiados por la obligación de los franquiciantes de dar a conocer información relativa al negocio a sus franquiciatarios (artículo 142), dicha información también estará prevista en el Reglamento de la ley, mismo que hasta la fecha no ha sido publicado. debido a que el proporcionar información facilita la compra venta de las Franquicias, lo que sea solicitado por dicho reglamento será beneficioso para ambas partes; al no publicarse lo referente al tipo de información o datos básicos se presenta el siguiente listado de información elemental:

1. Información relativa al registro de la marca, y nombre comercial.
2. Orígenes y antecedentes generales de la Franquicia.
3. Listado de unidades en operación incluyendo nombres y teléfonos de quienes las operan.
4. Descripción de la situación financiera del franquiciante,

por lo menos de los últimos dos ejercicios.

5. Listado de ejecutivos con quienes el inversionista tendrá contacto al convertirse en franquiciatario.

6. Listado de documentos y manuales que recibirá como parte de la asesoría.

7. Descripción de los términos y condiciones mas importantes contenidas en el contrato de Franquicia.

En términos de esta ley también se protegen los secretos industriales de acuerdo al título tercero (artículos 82 al 86), los cuales se describen en los siguientes términos:

-Secreto industrial se le denomina a toda información de aplicación industrial que guarda una persona física o moral con caracter confidencial que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

-La información referida deberá constar en medios comprobatorios.

-La persona que guarde un secreto industrial podrá transmitirlo a un tercero, teniendo este último la obligación de no divulgarlo, mediante convenios con cláusulas de confidencialidad para su protección.

-Toda persona que con motivo de relación laboral tenga acceso a un secreto industrial, deberá abstenerse de revelarlo sin

consentimiento del usuario autorizado.

-La persona física o moral que contrate a un trabajador que haya laborado en cualquier forma para otra persona con el fin de obtener secretos industriales se responsabilizará del pago de daños y perjuicios que le ocasionen.

En cuanto a la protección y registro de marcas, actualmente en México se tiene en vigor la Ley de fomento y protección de la propiedad industrial, (promulgada el 27 de junio de 1991), la cual abrogó a la ley de invenciones y marcas; en esta ley se regula el derecho exclusivo de la explotación de una marca la cual deberá estar debidamente registrada, para esto se tendrá que elaborar una solicitud que especifique:

Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante, el signo distintivo de la marca, fecha de primer uso de la marca o la mención de que no sea usado y los productos o servicios a los que se aplicarán las marcas.

En el caso de que se tenga un diseño a proteger, éste se anexará con ocho ejemplares en blanco y negro o a color, (caso de varias franquicias), ya que el logotipo esta formado por la conjunción de forma y color que los hace distintivos.

Para realizar este trámite se pagarán los derechos que fije la Ley federal de derechos vigente y se realizará por la persona que compruebe el poder notarial que se le confiere para ese tipo de

trámites, ante la dirección general de desarrollo tecnológico dependiente de SECOFI sujetándose este trámite a exámenes administrativos para evitar similitudes que puedan provocar controversias futuras por marcas semejantes; la vigencia del registro es de diez años.

La transmisión de los derechos de una marca es posible realizarlo por medio de un contrato de cesión de derechos debidamente registrado ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico. La nulidad de una marca puede solicitarse, si se prueba que con anterioridad a su registro en nuestro país ya había sido registrado en otro.

El derecho de autor es otorgado sobre creaciones, patentes, diseños industriales, modelos de utilidad y secretos industriales, signos distintivos, marcas de producto o servicio, nombres o avisos comerciales, etc. los cuales son protegidos por la Ley de fomento y protección a la propiedad industrial en cuestión de creaciones nuevas, signos distintivos y represión de la competencia desleal y por la Ley federal de derechos de autor en cuestión de obras intelectuales y artísticas.

Las empresas invierten fuertes sumas de dinero en la adquisición de un nombre o marca comercial, mencionando el caso particular de las Franquicias, ya que una de sus características es la adquisición de la misma que trae consigo la identificación del consumidor con características propias como son servicio, imagen y calidad

convirtiéndose ésta en el intangible más valioso de la empresa.

El derecho de autor está contemplado en la misma ley como el conjunto de normas que protegen a la persona del autor y su obra, respecto del reconocimiento de la calidad de autor, así como de la facultad que tiene el autor para oponerse a toda modificación que pretenda hacerse de su obra, ya sea por sí mismo o por terceros, de la cual se desprende que las regalías pagadas a autores otorgan a terceros el uso y explotación de los derechos de autor, ya que éste goza de facultades para utilizar y explotar la obra en forma exclusiva; en este caso caerían la existencia de uno o más signos distintivos que dan originalidad y son utilizados constantemente por las franquicias para implantar su negocio y sistema de operación.

Dentro del sistema de franquicias se observan elementos creativos y originales, desde la fachada o imagen del establecimiento, hasta el contenido de los manuales, logrando con esto una imagen atractiva al público y que al mismo tiempo le otorgan una característica propia, siendo en este campo la creatividad humana un factor de competitividad vital, pudiendo proteger dichas características mediante los derechos de autor, así como los manuales que contengan información sobre planes, políticas y estrategias tendientes a la operación correcta del negocio, y los sistemas de cómputo utilizados como medios de apoyo especiales para su manejo.

En el aspecto formal para que se pueda dar la existencia de una

Franquicia legalmente, se recurre al contrato, en el que se establecerán los derechos y obligaciones de las partes, implantando las reglas sobre las cuales se someterán, construyendo así una relación jurídica; dichos contratos suelen ser mas grandes de los acostumbrados debido a que contienen situaciones de vital importancia que si no fueran contempladas podrían ser razón suficiente para el deterioro de la relación franquiciante-franquiciario y en consecuencia la terminación de la relación jurídica.

Por medio de este contrato de tipo mercantil, bilateral, honeroso y de trato sucesivo, el franquiciante otorga al franquiciario el derecho no exclusivo para usar su marca o nombre comercial y le transfiere su tecnología para la operación del negocio y el franquiciario se obliga al pago de regalías y al estricto apego de los estándares y requisitos impuestos, en la actualidad no es necesario registrar los contratos; los principales derechos y obligaciones de las partes y que deben estar establecidos dentro del contrato son los siguientes:

Para el franquiciante.-

- Otorgamiento del uso de la marca
- Entrenamiento o capacitación en la aplicación de los productos
- Entrenamiento en la operación del negocio
- Apoyo en el establecimiento y su instalación
- Apoyo en el inicio de operaciones
- Proveer de los manuales de operación (fabricación, administrativos, ventas, mercadotecnia)
- Definición de los sistemas financieros

- Asistencia en los problemas del manejo del negocio
- Mercadotecnia y publicidad

Para el franquiciatario.-

- Qué puede y qué no puede negociar o vender
- Confidencialidad que envuelve el proceso de producción, ventas y comercialización, así como la fórmula del producto
- Patrones de desempeño que observen la calidad de los productos
- Utilización integral del sistema del negocio de conformidad a las franquicias
- Uso de publicidad, propaganda o promoción institucional
- Utilización de instalaciones y equipos autorizados, previamente aprobados
- El pago de regalías acordadas por el uso de las marcas y la metodología de operación del negocio.

Dentro de este sistema se encuentran:

- Contrato de franquicia maestra,
- Contrato de desarrollo de área,
- Contrato de subfranquicia (en caso de existencia de franquicia maestra) o individual de franquicia (en caso de no existir franquicia maestra), y así sucesivamente.

El contrato de franquicia maestra se da por la necesidad del franquiciante de delegar ciertas responsabilidades y facultades dentro

del sistema, que antes tenía el franquiciante original, debido a la lejanía del lugar en donde se establecerá, comprando los derechos del nombre comercial u obteniendo la licencia de uso de marca, así como del sistema para desarrollarlo dentro del área geográfica establecida, convirtiéndose en el representante de la marca internacional.

Al convertirse la franquicia maestra en representante de la marca internacional se obliga a cobrar y enterar las regalías en la porción que corresponda, encargándose de supervisar que los subfranquiciarios cumplan con sus compromisos contratados, estándares, lineamientos, sin permitir innovaciones al sistema sin previa autorización, así como de tener el personal de apoyo necesario para la capacitación requerida por los subfranquiciarios; supervisar el desarrollo y cumplimiento de la calendarización de apertura de establecimientos, teniendo también la obligación de operar tiendas para con esto obtener bases para supervisar el desarrollo de las demás, y la obligación de asegurarse que ningún establecimiento invada el de otro.

El contrato de desarrollo de área se otorga a ciertas sociedades que después de haberse sometido a diversos estudios son considerados como subfranquicias, dándoles el uso de la marca, conocimientos técnicos, lineamientos operativos, personal especializado en la capacitación de sus empleados, teniendo la obligación del pago de regalías, así como de cumplir con la calendarización de apertura de establecimientos, obligándose a supervisar el control de calidad de

producto, servicio e imagen, uso de logotipos y marcas, siguiendo todas las políticas y normas establecidas; delimitando primordialmente el área a desarrollar.

El contrato de subfranquicia o el individual de franquicia en su caso, se otorga por cada una de las unidades abiertas, permitiendo la operación de la unidad, cumpliendo con los estándares y previamente autorizados en cuanto a presupuestos, local, diseño, color, equipo, análisis de mercado, y en general todas las políticas y lineamientos establecidos.

Todos los contratos dentro del sistema son de adhesión, lo que significa que no se permite la modificación de las cláusulas por parte del franquiciatario, ya que se presume que el sistema está debidamente probado disminuyendo riesgos en la inversión; si en el contrato de desarrollo de área se permite el vender o subfranquiciar ciertas zonas, de donde se derivará otro contrato entre ellos, y así sucesivamente.

Para un mayor conocimiento del contenido de un contrato transcribiré un índice típico de contrato de Franquicia:

Considerandos

Objeto, licencia del sistema

Plazo o vigencia del contrato

Obligaciones del franquiciante

Contraprestación, pago de regalías

Operaciones del negocio franquiciado

Marcas
Manuales
Información confidencial
Publicidad
Contabilidad y archivos
Seguros
Transmisiones y gravámenes
Incumplimiento y terminación
Obligaciones en caso de terminación o vencimiento
No competencia
Impuestos y permisos
Independencia de los contratantes e indemnización
Autorizaciones, notificaciones, renunciaciones
Fuerza mayor
Integridad del contrato
Modificaciones, encabezados
Ley aplicable, jurisdicción
Registros.

Del marco generalizado que se observó dentro de este apartado, y debido a la evolución de este nuevo sistema nos encontramos con diferentes tipos de franquicias.

2.3 CLASIFICACION DE LAS FRANQUICIAS

Dentro de las franquicias nos encontramos con diferentes grados de complejidad y funcionamiento de lo que se desprende la siguiente clasificación:(19)

1. Franquicia de producto y marca registrada.

Este tipo se da por medio de un arreglo en el cual el franquiciante otorga el uso y explotación de una marca o nombre comercial, se convierte en proveedor exclusivo de los productos que se comercializarán; a esta clasificación se le considera como de primera generación, debido a la limitada información y conocimientos que el franquiciante le otorga al franquiciatario, existiendo la posibilidad de que se convierta a la siguiente generación denominada de formato de negocio.

2. Franquicia de formato de negocio (business format franchise).

En éstas se ofrece al franquiciatario, no solo la marca o nombre comercial del franquiciante, sino un sistema completo de negocios, lo que se denomina sistema dentro de las franquicias, es un concepto sumamente amplio incluyendo en forma integral el nombre comercial o marca, sus conocimientos y experiencias en operación de negocios, criterios y especificaciones para la

19. Idem. pp. 37-46.

construcción o adaptación del local, parámetros y requisitos a cumplir por el franquiciatario en la selección y contratación del personal, asesoría en la publicidad así como la promoción de la franquicia; de manera general apoyo sobre la forma de conducción del negocio.

El segmento de mayor crecimiento es el de las franquicias con formato de negocios, debido a que no producen dinero para el franquiciante por la venta de productos y accesorios, sino por la venta de ideas, conceptos y formatos de operación, siendo su introducción uno de los acontecimientos más importantes en el mundo de la comercialización de productos o servicios en la segunda mitad de este siglo.

Uno de los aspectos importantes que dieron origen al éxito de este tipo de franquicias, fue la manera de comunicación de experiencias y habilidades por medio de ideas de fácil asimilación y puesta en práctica. Las primeras compañías que otorgaron franquicias de este tipo fueron: Dunkin' Donuts, Kentucky fried chicken, Midas muffler, Holiday inn y McDonald's.

En México las franquicias que se han importado, son las consideradas formato de negocios constituyendo esto la primera etapa de su expansión y la segunda estaría caracterizada por el desarrollo y exportación de franquicias mexicanas. Según información proporcionada por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, se muestran los nombres de las franquicias extranjeras que se han

introducido en nuestro país:

Athlete's Foot (calzado deportivo)
Burger King (restaurante)
McDonald's (restaurante)
Arby's (restaurante)
Holiday Inn (hoteles)
Super 8 Motels (hoteles)
Days Inn (hoteles)
Kwik Kopy (fotocopiado)
Alphagraphics (fotocopiado)
Gymboree (acondicionamiento físico)
Century 21 (bienes raíces)
Blockbuster (renta de videos)
TCBY (yogurts)
Seven Eleven (autoservicio)
Midas Muffler (mofles)
Kentucky Fried Chicken (pollo frito)
Subway (sandwiches)
Computerland (computadoras)
Embassy Suites (hoteles)
Baskin Robbins (helados)
Sign Express (letreros)
Chili's (restaurante)
TGI Friday's (restaurante)
Domino's Pizza (pizzas)

Fuddruckers (hamburguesas)
Porcao (comida brasileña)
Wendy's (hamburguesas)
Church's (pollo frito)
ERA (bienes raíces)
Howard Johnson (hoteles)
Floresheim (calzado)
Oshman's (ropa deportiva)
I Can't Believe its Yogurt (yogurt)
Bennetton (ropa)
Thrifty Rent A Car (renta de autos)
Hard Rock Café (restaurante)
Pizza Hut (pizzas)
Dairy Queen (helados)
Denny's (restaurante)
Jack in the Box (restaurante)

Con la entrada de estas empresas a México, las compañías locales se vieron obligadas a hacer más eficiente su operación, ya que se enfrentaron con la competencia en su mismo territorio, de firmas provenientes de diversas partes del mundo, provocando la desaparición de empresas que no eran competitivas.

2.4 LAS FRANQUICIAS Y SU IMPACTO ANTE LA APERTURA COMERCIAL DE MEXICO.

Aunque algunas Franquicias -Kentucky Fried Chicken y McDonald's- llegaron a México en 1966 y 1986 respectivamente, el concepto mostrado no se visualizaba como Franquicia, su auge comenzó a partir de 1992 saturando al país de negocios especialmente de comida rápida; aunque actualmente se ven diversas Franquicias que ofrecen otro tipo de productos o servicios, esto se puede ver en el listado del apéndice B.(20)

El auge obtenido por este tipo de negocios dio como resultado la oportunidad de la experiencia de negocios mexicanos en la operación de franquicias, permitiéndoles trasladar al franquiciatario el costo de inversión en la apertura de cada unidad pudiéndose obtener con esto al mismo tiempo, una mayor cobertura del negocio sin tener que invertir directamente, fortaleciendo de igual modo, la imagen que tantos años y esfuerzo costó introducir al mercado por medio de la marca o nombre comercial e imagen, ya penetrado en el gusto de la clientela, así como repartir equitativamente costos como el de la publicidad, aspecto que en la mayoría de las Franquicias ha logrado mediar, con experiencia, con integración de programas locales, regionales y nacionales de publicidad como un elemento contractual.

20. MENDIOLA, Gerardo. "Franquicias Rumbo a la Globalización", *Expansión*, Vol. XXVI, No. 640, México, 1994. pp. 32-39.

Cabe hacer mención que el objeto de las empresas modernas franquiciables, no es otro que el vender Franquicias, concebido como un fin en si misma, dejando de ser la distribución un elemento de primer orden dentro del sistema. (21).

Se puede visualizar la expansión de las Franquicias mexicanas con información otorgada por la Asociación Mexicana de Franquicias, que señala, que mientras hace dos años el 90% de sus miembros eran propietarios de franquicias maestras estadounidenses, para los primeros meses del presente año 42% de dichos socios representan a empresas mexicanas. (22)

Puedo mencionar el caso de diversas empresas mexicanas con la experiencia de venta de franquicias, como es el de:

Bing,- concepto creado por el Sr. Adolfo B. Horn y su esposa Lena Bingham, en Guadalajara Jalisco (1965), proponiendo como estándares de operación la calidad en el producto, calidez en el trato y limpieza en todo, así como una imagen definida en el diseño de sus puntos de venta predominando los colores rosa y blanco, obteniendo un crecimiento palpable hacia 1980 con trece unidades en Guadalajara.

En 1985 ya en manos de el Sr. Jose Luis Gonzalez G., se tomó la

21. GONZALEZ. Idem p. 92.

22. MENDIOLA. Idem. p. 30

decisión de otorgar Franquicias, lo que incrementó el número de unidades hacia 1993 a 300, manteniéndose con esto su éxito financiero y posicionamiento en el mercado a nivel nacional e internacional.

Otras negociaciones comerciales, tales como: Jack and Ray; Caesar's Pizza; Copiroyal; Diversiones Moy; D'Paul; El Pollo Pepe; Pinta Prissa y Drim entre otras, han comenzado a franquiciar sus negocios con éxito y nuevas experiencias en este sistema, teniendo como punto de importancia para su exportación a Estados Unidos de Norteamérica el potencial por la cantidad de gente latina que vive en ese país.

La apertura económica de México lo ha ubicado como uno de los países importantes en los planes de expansión de diversas franquicias del mundo, y a su llegada un desarrollo importante de proveedores nacionales para cumplir con el abastecimiento de sus insumos, favoreciendo a la generación de empleos, necesidad de innovación tecnológica y elevación de la productividad.

Como ejemplo del deseo mundial de eliminar fronteras entre los países tenemos la creación de la Federación Mundial de Franquicias, teniendo como objetivo el acercar a todas las franquicias existentes en el mundo y promoverlas internacionalmente; cabe hacer mención que ésta fue fundada en México durante la Cumbre Internacional de Franquicias en 1993.

Debido al efecto tenido ante la apertura comercial con este mecanismo, se incluyen algunos puntos de importancia explicados por el Sr. Jorge Amigo, Director General de Desarrollo Tecnológico, en cuanto a las patentes y marcas se refiere. (23)

La necesidad que ha tenido México de formar parte del sistema llamado PCT (Patent Cooperation Treaty), Tratado de cooperación en materia de patentes, para 1994, el registro de patentes a nivel internacional, se da por medio de un listado de países pertenecientes al mencionado tratado dentro de un sistema de cómputo, en donde se decide en cual de ellos estará protegido, al mismo tiempo toda la información es enviada a la oficina central, iniciando el procedimiento de registro en dichos países.

En cuanto al Tratado de Libre Comercio, el Sr. Amigo comentó que la Ley de fomento y protección de la propiedad industrial ha sido considerada moderna, permitiendo con esto a la llegada de la negociación de dicho tratado evitar problemas en cuanto a dichos aspectos, se obtuvieron solo comentarios por parte de Estados Unidos y Canadá con respecto al área de observancia, ya que manifestaron que la Ley cumplía con su finalidad, pero que existía la necesidad de hacerla aplicar, debido a que se tiene el problema de que la oficina de derechos de autor no tiene facultades de autoridad para resolver este

23. ARRAZOLA, Monterola Diego. "Entrevista del Editor", Expansión, Vol. XXVI, No. 639, México, 1994, pp. 4-10.

tipo de problemas; los ilícitos en esta materia entran por medio de la Procuraduría General de la República, que apoyada por la Secretaría de Educación Pública arma una averiguación previa y acta, no teniendo independencia y poder para hacer cumplir la ley.

En cuanto a las Franquicias comenté la necesidad de hacer saber a sus representantes ya sean nacionales o extranjeros sobre las ventajas de tener el derecho exclusivo de una marca, sobre la posibilidad de registrar envases como diseño industrial o como marca tridimensional, así como su maquinaria, sus procesos como patentes y la tecnología (know how) como secreto industrial o comercial.

Por medio de los comentarios del Sr. Amigo se visualiza que el país está o pretende estar preparado para la apertura comercial poniendo a inversionistas extranjeros en las mismas condiciones que los nacionales, obteniendo las mismas ventajas y conveniencias, sin tener riesgo alguno en cuanto a patentes y marcas se refiere.

En materia Fiscal, también puedo decir que nos estamos preparando para dicha apertura como ejemplo de esto tenemos los convenios para evitar la doble tributación y prevenir la evasión fiscal en materia de impuesto sobre la renta, suscribiéndolos con diversos países como se muestra en el apéndice C, a manera de ejemplo representativo se comentan algunos puntos sobre el suscrito entre México y Estados

Unidos. (24)

Este se comenzó a negociar por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en 1990 teniendo como objetivo eliminar la posible carga tributaria adicional a la que están sujetos los contribuyentes tanto mexicanos como estadounidenses que efectúan operaciones en ambos países, al momento de causar dos veces el impuesto sobre sus rentas en el país fuente de sus ingresos y el de su residencia.

En el caso de ingresos por dividendos, intereses y regalías, limita la facultad impositiva del país fuente al establecer en éste, que solo podrá gravarlos a una tasa que no exceda a la establecida en el mismo tratado, estableciendo una tasa de retención del 15% durante un período de cinco años a partir de la entrada en vigor del tratado y de 10% después de dicho período.

El impuesto a regalías procedente de cualquiera de los países y pagados a un residente del otro estado contratante, no podrá exceder en el primer estado de 10% del importe bruto de dichas regalías.

El ingreso obtenido por residentes de uno de los países contratantes por concepto de la prestación de servicios profesionales u otras

24. Secretaría de Hacienda y Crédito Público. "Convenio para Evitar la Doble Tributación y Prevenir la Evasión Fiscal en Materia de Impuestos sobre la Renta, Suscrito entre México y los Estados Unidos", Veritas, Año XXXVIII, No. 1-69, México, 1994.

actividades de naturaleza análoga solamente podrá ser gravado en dicho país excepto en los siguientes casos en que también podrá ser gravado en el otro contratante:

- Cuando el individuo tenga una base fija en el otro país, que utilice regularmente para el desempeño de sus actividades, en cuyo caso solo podrá ser gravado en este otro país, respecto de los servicios prestados en el mismo.

- Cuando el individuo permanezca en el otro estado durante un período de 183 días dentro de un lapso de 12 meses.

Los sueldos, salarios e ingresos similares obtenidos por un residente de uno de los países contratantes por un empleo ejercido en el otro estado contratante, solamente pueden someterse a imposición en el estado de residencia de la persona si se cumplen las condiciones mencionadas a continuación:

- Que el empleado permanezca en ese otro estado por un período que no exceda de 183 días en un lapso de 12 meses.

- Que el salario sea pagado por un patrón que no sea residente en este otro país, o por cuenta de dicho patrón.

- Que el salario no sea deducido con cargo al establecimiento permanente o base fija que el patrón residente en el extranjero tenga en este otro país.

Cabe señalar que cuando el convenio confiere el derecho compartido de gravamen a ambos estados signatarios, la doble tributación se elimina aplicando cada país el método de acreditamiento del impuesto pagado en el extranjero, de conformidad con las reglas que considera su legislación doméstica y en los términos del propio acuerdo. Con esto se garantiza la eliminación efectiva de la doble tributación.

Garantiza por medio de éste la aplicación de tasas de retención en el país fuente, inferiores a las previstas en la ley interna respecto a dividendos, intereses y regalías.

Este tipo de instrumentos permitirá a las empresas mexicanas ser competitivas y conquistar nuevos mercados, lo que contribuirá a seguir avanzando en el proceso de apertura y consolidación del crecimiento económico de México.

Las negociaciones resultantes del Tratado de Libre Comercio entre canadienses, norteamericanos y mexicanos tendrá como consecuencias el enriquecimiento ideológico empresarial para las partes, así como ayuda a uno de los graves problemas de México, *el desempleo*, ya que se vería disminuido notablemente con la llegada de diversas empresas extranjeras creando así mayores fuentes de trabajo, en el ámbito financiero el efecto será posiblemente de desventaja en virtud de las diferencias de tasas de interés que existen entre los tres países, en otras palabras, el costo financiero de abrir una empresa en

nuestro país será superior al costo financiero de hacerlo en los otros dos, en virtud del alto costo financiero que impera actualmente en México.

Después de tener un panorama amplio sobre lo que son las Franquicias, su manejo, condiciones y características, así como también, derivado del Capítulo I el conocimiento de conceptos contables como son: la técnica contable, el proceso contable, características de la información financiera y contable, serán tomados como base para enmarcar el flujo de información que existe en las Franquicias y que determina su competitividad dentro de las sociedades mercantiles mexicanas.

CAPITULO III EL FLUJO INFORMATIVO.

En base a la diversidad de información derivada de la operación de una Franquicia que descansa sobre los Principios contables señalados en el Capítulo I y en referencia a la expansión de este tipo de negocios comentada en el Capítulo anterior, este tipo de negocios, para lograr sus metas debe contar con eficiencia operacional de sus actividades, para ello debe cumplir con el concepto referido al control interno.

La información requerida por cada Franquicia estará debidamente delimitada en los manuales específicos del sistema, creado para el mejor manejo de la misma, teniendo como obligación contractual a la adquisición de la marca, el cumplimiento de lo establecido en dichos manuales, en otras palabras, el flujo informativo que genera cada Franquicia podrá ser diferente, ya que fue creada específicamente para ese negocio.

Cada reporte o informe requerido está debidamente probado en cuanto a su utilidad, por lo que deberá cumplirse para poder llegar al objetivo como Franquicia, *su éxito*.

La información dentro de este tipo de negocios fluye de la operación de la unidad, hacia la administración del negocio, obteniendo así varios puntos de verificación, así como de control de cada reporte o informe generado por su importancia, el presente capítulo estará dedicado al flujo informativo de las Franquicias.

3.1 CONDICIONES LEGALES Y REALES SOBRE EL FLUJO DE INFORMACION.

La existencia legal de una Franquicia es originada por un contrato conocido como: desarrollo de área, el cual otorga el uso de una marca, conjuntamente con conocimientos técnicos así como lineamientos operativos, administrativos y contables necesarios para cumplir con las normas y estándares requeridos por el sistema, mismos que son considerados como obligaciones contractuales.

Al formalizarse la apertura de cada unidad perteneciente a la Franquicia, se establece un contrato de subfranquicia, en el cual se precisa y desarrolla cada uno de los lineamientos y funciones establecidos por el sistema, específicamente sobre la unidad a operar, conteniendo cláusulas referentes a información operativa, contable y financiera, como por ejemplo la cláusula relativa a:

Registros y reportes.

- 1 Contabilidad y mantenimiento de registros.
- 2 Reportes de ventas y estados financieros.
- 3 Derecho para realizar auditorías.

En este contrato al igual que en el anterior se refiere a la información únicamente de manera general, pero estipulando claramente la obligación contractual de llevar a cabo todas las operaciones establecidas en ellos, de acuerdo con los manuales que conforman al sistema, el cual se define como el conjunto de pasos, reglas o

principios sobre una materia enlazados entre sí. (25)

Con la decisión de Franquiciar un negocio se tiene la necesidad de crear un sistema que integre todo tipo de cuestiones operativas, así como de información, siendo éste el punto que nos ocupa en el presente tema, tratando de que cubra los aspectos para los que fue creado, y en vista de que el sistema (know how) es necesario que sea comprobado; las personas que decidan invertir en ello, podrán estar seguras de su éxito, tomando en cuenta que mientras más estructurada sea la empresa franquiciante, más perfectos serán los manuales que compongan el sistema.

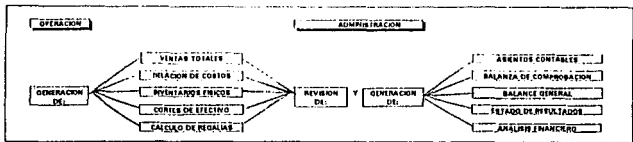
Teniendo como punto central el flujo informativo dentro del Sistema, puedo decir, que éste es básico para poder lograr su éxito, y como consecuencia el beneficio para quienes inviertan, elevando con ello la competitividad dentro del mercado en el que se desarrolla.

La situación de que solo se refiera de manera general a la información dentro de los contratos, se genera debido a la existencia del Sistema a que se hace referencia en ellos, el cual es conformado por una serie de manuales que establecen políticas y procedimientos a seguir para lograr el éxito del negocio, considerando a esto último como su objetivo; estos documentos serán conservados como información confidencial, siendo propiedad del franquiciatario original.

Estos manuales contienen información sobre diferentes cuestiones requeridas para su funcionamiento como por ejemplo:

- Misión de la Franquicia.
- Imagen y promoción de la marca.
- Estándares sobre la unidad de venta: construcción, materiales, equipo en cuanto a tipo y ubicación dentro de la misma.
- Utilización de logotipos y reglamentación de anuncios.
- Utilización de uniformes.
- Estándares de producción del bien a ofrecer.
- Estándares de servicio.
- Políticas de manejo de personal.
- Descripción de puestos.
- Información a generar en cada área y por cada puesto.

En este último punto en donde se da origen al flujo informativo dentro de la Franquicia, es trascendental para el objetivo de esta investigación, ya que es donde se establece el tipo de información a generar operativa, contable y administrativamente, así como sus características, periodicidad y flujo que se debe seguir dentro de la organización.



3.1 Flujo de información en una Franquicia.

La información operativa, estará respaldada por diversos reportes los cuales contendrán información relativa al comportamiento y resultados de las ventas así como su relación con diversos costos y gastos, pudiendo evaluar con ello la capacidad y desarrollo de la unidad; estos reportes estarán supervisados por una persona específicamente destinada a ello, fluyendo posteriormente al departamento de Contabilidad.

Los documentos mencionados estarán adecuados al mercado del país en el cual se desarrollará, por cuestiones no contempladas que los afecten, como por ejemplo el I.V.A. en México; estas adecuaciones se incorporarán a los formatos que serán revisados por el titular de la marca en el país, poniéndolos en circulación.

Forma parte integrante del sistema, la utilización de equipos de computación, los cuales incluyen software especialmente diseñado para el negocio, su incorporación reduce costos e incrementa la utilidad de la información procesada, y en algunos casos la obtención de estudios de mercado de la zona, reportes de ventas y en general cualquier información relacionada con lo ocurrido dentro de la unidad.

A la llegada de la información al departamento de Contabilidad, todos estos reportes serán revisados en base a su documentación comprobatoria, que deberá cumplir con ciertos requisitos específicos, incluyendo adecuaciones del mercado donde se desarrolla, como por ejemplo en México la utilización de comprobantes con requisitos

fiscales.

Con referencia al punto anterior hay que señalar en algunos casos la imposición de facturación propia, diseñada para la obtención de una verificación más profunda.

Esta información proveniente de la operación, así como todos los eventos o transacciones económicas realizadas serán registradas en base a la técnica contable, la cual incluye Principios de Contabilidad, reglas particulares a los conceptos que integran los Estados Financieros así como el criterio prudencial de aplicación de las mismas, esto se da debido a que el Sistema está creado para minimizar riesgos de todo tipo; para este punto todas las fases del proceso contable deben ser utilizadas, estableciéndose así un sistema de información financiera para el funcionamiento de la entidad.

La información contable generará a su vez información financiera dentro del mismo departamento, siendo indispensable para su administración, por medio de su procesamiento y concentración, lo cual conformará los Estados Financieros, para un mejor entendimiento y utilidad de ellos, es recomendable utilizar métodos de análisis, ya que nos otorgarán una idea clara del funcionamiento de la entidad.

Este flujo de información establecido dentro de los manuales se debe observar de manera práctica en el funcionamiento de las unidades que conformen la Franquicia, situación que analizaré ampliamente en los

apartados siguientes.

3.2 INFORMACION EN FUNCION A LA OPERACION.

Toda la información requerida por el sistema estará debidamente especificada en los manuales, la cual deberá tener implícitamente lo referente al control interno.

Para efectos de su aplicación práctica, el control interno comprende el plan de organización así como todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adaptarán a un negocio para salvaguardar sus activos, verificar la razonabilidad y confiabilidad de su información financiera, promover la eficiencia operacional y provocar la adherencia a las políticas preescritas por la administración.
(26)

En base a lo anterior podemos decir que los objetivos básicos del control interno son:

- Protección de los activos de las empresas.
- Obtención de la información financiera veraz, confiable y oportuna.
- Promoción de eficiencia operacional del negocio.
- Que la ejecución de las operaciones se adhiera a las políticas

26. "Normas y Procedimientos de Auditoría", T. 2. Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C., México, 1994. p. 69.

establecidas por la administración de la empresa.

El cumplimiento de estos objetivos es básico para el funcionamiento de un negocio Franquiciado, ya que forma parte vital del sistema, comprobándolo mediante la verificabilidad del éxito del mismo en cada una de sus partes, desde el manejo de la unidad hasta la observación de sus resultados mediante los Estados Financieros.

Para efecto del presente trabajo se establece lo referente a una Franquicia estandar o subfranquicia según sea el caso, ya que son las que el público en general conoce y son las que producen u ofrecen el bien o servicio y no de una Franquicia maestra que solo centraliza la información de éstas así como les otorga apoyo en diversos aspectos.

La información que genera una Franquicia haciendo la observación de que contractualmente se puede dar la presencia de una Franquicia estandar o Subfranquicia, como se muestra en la figura 3.2 por la operación de sus unidades integrantes hacia la administración de la misma, fluye de diferentes formas, para efectos del presente trabajo lo anterior es de suma importancia, ya que el sistema establecido para cada Franquicia puede ser diferente siendo información totalmente confidencial, que forma parte del Know How establecido por el franquiciatario original.

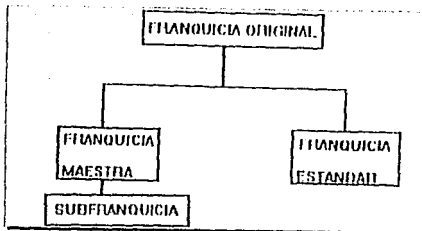


Figura 3.2 Tipos de Franquicia originados contractualmente.

La forma de operar un negocio de este tipo, descansa sobre la estandarización de funciones debidamente determinadas, de ahí la rapidez en la terminación o entrega del producto a ofrecer, en especial en los llamados de comida rápida, que en las Franquicias esto representa un negocio eficiente y competente.

Las características de Control interno ya mencionadas se van estableciendo en todas las funciones de producción delimitadas, la información derivada de esto recaerá sobre el personal encargado de la operación quien tendrá dentro de sus funciones el llenado de diversos informes y reportes, los cuales reflejan lo sucedido dentro del establecimiento; estos documentos deberán contener información diversa sobre las siguientes cuestiones:

A. Sobre las ventas totales del día, indicando la forma de comprobación de las mismas como son: Tarjetas de crédito, vales de comida, efectivo y en su caso notas de crédito, los cuales en su conjunto estarán respaldados por las facturas emitidas durante el día, indicando a la vez los depósitos realizados de dinero en efectivo, se

sugiere la utilización como medio de seguridad de una compañía X para el traslado de valores, en este caso los depósitos estarán considerados en tránsito hasta su realización final en el banco, aspecto que siempre deberá coincidir con la cantidad en efectivo recibido por las ventas. Por el tipo de manejo de las distintas Franquicias, habrá casos de facturación propia, que no necesariamente cumplirá con requisitos fiscales mínimos, ya que la operación de ventas del negocio en lo específico, podrá ser en base a una forma más veraz para revisar que las reportadas, han sido las reales.

B. Información de manera general sobre las ventas diarias y acumulativas, así como diferentes costos inherentes al sistema de operación de la Franquicia, como son los costos de: comida, del personal, de promociones, etc. obteniendo de esta manera un concentrado sobre cierto tiempo establecido por el sistema en el cual se indicará además de lo anterior la relación que guardan los costos sobre las ventas del día y de forma acumulativa (porcientos integrales), con este tipo de información se logrará que el encargado de la unidad tenga una visión más amplia sobre la forma en que se ha conducido el negocio, y si es que existe la necesidad de mejorar ciertas áreas específicas del mismo; al observarse diferentes metas o lineamientos otorgados por el sistema se ha probado que mediante porcentajes estandar de todos los costos en relación a las ventas, se puede determinar con ello, diferencias explicables en algunos casos; por lo que deberá también informar dentro de un espacio específico destinado para observaciones, las causas de las mismas, en caso de no

encontrarlas y de observar variaciones graves en los porcentajes, dará pauta a los supervisores del negocio a poner mas atención sobre esos aspectos.

Es importante también mencionar el uso de computadoras incluyendo sistemas especialmente creados para cada una de las Franquicias, como es el caso de el Touch 2000, sistema de computación amistoso donde los clientes pueden hacer su propia orden desde el punto de venta (27); como este ejemplo existen varios sistemas dentro de este mercado, los que generan una gran ayuda para el control de las ventas, costos y gastos de la unidad, por lo que estos sistemas emiten casi la totalidad de la información requerida a nivel operativo asi como información a nivel mercadotecnia, misma que es de vital importancia para el logro del objetivo de la Franquicia.

C. El inventario de productos consumidos se referenciará en un documento que contendrá los productos, cantidades de inventario inicial, entregas del día, lo que igualará a un inventario base al cual se le restará el inventario final del día obteniéndose el consumo, que contablemente representa el costo de ventas.

Cabe hacer mención que en este documento los datos de entregas son fáciles de identificar, ya que la mayoría de las Franquicias cuentan con

27. SANCHEZ, Monica. "El Crecimiento de una Organización". Servialimentos Publishing, Año 2, N. 2, México, 1994. pp. 9-10.

un centro de distribución que cumple con una sola entrega cada cierto tiempo; esta medida existe debido a la necesidad del cumplimiento de diversos estándares en la producción de los bienes a ofrecer, pudiendo lograrlo con un solo distribuidor el cual en estricta teoría cumplirá con dichos objetivos. A la llegada de las Franquicias a México la mayoría de estos productos era de importación, por lo que los costos de producción se veían incrementados, sin embargo en la actualidad debido a la práctica y conocimientos mejorados se ha logrado la reducción en la importación de estos productos.

D. Información sobre cortes en cuestiones de efectivo e inventarios de productos, lo cual indicará con lo que se cuenta al concluir cada período preestablecido, de donde se reportarán cantidades exactas de cada uno de los productos que conformen el inventario, realizándose a su vez su valuación; así como un corte de caja chica destinada como en cualquier negocio a realizar gastos de menor cuantía, donde se aprecie la forma de su integración, ya sea en efectivo o en notas comprobatorias que contarán con los requisitos fiscales necesarios para su deducibilidad.

E. Información sobre datos específicos como son: ventas totales (brutas), impuestos, ventas netas (base de regalías), costos incurridos y algunos porcentajes en relación al tipo de ventas; esta información es realizada de una u otra forma por la mayoría de las Franquicias ya que en base a éste se efectúa el cálculo y pago de regalías y en su caso de

publicidad, a la Franquicia maestra o al franquiciante original en el extranjero según corresponda. Existen algunas Franquicias que determinan las regalías sobre utilidades estimadas, ajustando mensualmente los pagos en función de la base de la utilidad real obtenida, esto depende del sistema de operación aplicado.

La información requerida específicamente por cada Franquicia estará debidamente señalada en sus propios manuales de dichas Franquicias, los cuales deberán ser de pleno conocimiento del encargado de la unidad antes de tomar el puesto, por medio de cursos que normalmente imparte el franquiciatario maestro, en este tipo de negocios es necesario que las personas que ocupan estos puestos hayan recorrido todas las áreas de operación como trabajadores, ya que mediante la experiencia dentro del establecimiento y el conocimiento de la zona de ventas, el personal contará con elementos para supervisar a los demás.

La documentación comprobatoria que respalda toda la información, estará en cualquier momento a disposición de la Franquicia maestra, quien por cláusulas contractuales podrá realizar cualquier revisión sobre el manejo del sistema o sobre el cálculo de las regalías, algunas de ellas realizan revisiones periódicas sobre diferentes aspectos de carácter operativo.

Existen algunas unidades franquiciadas que a nivel operativo no emiten ningún reporte e información propia del sistema, generando esto

ineficiencia graven el sistema, y además la pérdida del control e identificación por parte de los empleados sobre la forma de conducción del negocio, situación superada por la mayoría de las Franquicias exitosas, ya que estas prevén la implantación de diferentes formatos e informes en función de la operación del negocio, y fluyendo en forma ascendente hacia la administración del mismo.

A toda esta información se le atribuye el término de operativa, debido a que son generados directamente por la operación de cada unidad en funcionamiento, siendo elemento básico la persona encargada del establecimiento ya que estará en mayor conocimiento detallado de todo lo ocurrido; esta información así como su documentación comprobatoria fluye hacia el área de contabilidad cada determinado tiempo, teniendo como límite el especificado por el sistema, dicha área revisará que todos los datos sean reales, ya que la función del personal encargado de la unidad no es primordialmente el llenado de documentos, sino el cumplimiento del sistema de operaciones diseñado específicamente para el funcionamiento de la Franquicia, por lo que el área de contabilidad cuando menos debe realizar diversos pasos para su verificación, siendo:

- Revisión de los registros de ventas relativo a precios, unidades vendidas e importes totales.
- Verificación de los medios de comprobación de ventas, en forma física en cuanto a tarjetas de crédito así como de vales de comida y por diferencia en cuanto al efectivo hasta obtener la verificación mediante el comprobante de la compañía de traslado

de valores.

-Comprobación de mercancías y/o artículos de entrada a inventarios contra facturación entregada por parte del proveedor.

-Verificación sorpresiva sobre cantidades en valores, no solo de mercancías sino también del dinero integrante del fondo fijo de caja.

En forma especial el personal de contabilidad deberá verificar cada una de las cantidades que integran el documento base para el cálculo de regalías por unidad, no solo por su pago sino por las consecuencias en las que incurriría el franquiciatario al proporcionar información falsa.

De la información obtenida de la operación se da origen a la información contable, la cual es el resultado de la cuantificación de las operaciones realizadas por cada unidad perteneciente a la Franquicia.

3.3 INFORMACION CONTABLE.

La información derivada de la operación, al fluir al departamento de contabilidad, generará la necesidad de revisar, analizar, cuantificar, registrar, etc. los eventos reportados, dando origen a lo que administrativamente se conoce como información contable, ésta igualmente ha sido preestablecida por el sistema tomando necesariamente como base las fases del proceso contable.

La mayoría de las Franquicias compran territorios específicos de venta en el cual podrán establecer cierto número de unidades o centros de venta de productos o servicios, la información de cada una de estas unidades administrativamente se concentrará en un solo departamento de contabilidad que centralice lo referente a la información contable y financiera.

Al adquirir el derecho de uso de marca o nombre comercial establecido en el contrato de franquicia estandar, principal generador del flujo contable se está adquiriendo el principal intangible de la empresa, por lo que se deberá contabilizar de esa manera, el cual se amortizará contra gastos según el lapso de tiempo indicado.

A la apertura de cada una de las unidades existe otra erogación, que es el derecho de la apertura de la unidad dando la oportunidad de utilizar el know how o tecnología probada para el éxito del negocio, convirtiéndose también en un intangible, que al igual que el anterior se amortizará a gastos según el tiempo que se establezca en el contrato respectivo.

A partir de estas erogaciones, todos los demás eventos o movimientos son los que desarrolla una empresa común, con algunas especificaciones que se verán posteriormente, dichos movimientos se codificarán en base a un catálogo de cuentas aplicable a todas las unidades integrantes, el cual para efectos del presente trabajo se propone mediante una contabilidad departamentalizada, esto es

codificando todo en base a ese mismo catálogo; suponiendo que sean dos unidades, solo se indicará a que departamento corresponden los ingresos, costos y gastos, o sea los movimientos que afecten a resultados, en lugar de realizar dos contabilidades y consolidar, ya que estamos hablando de una sola Franquicia, el que cuente con dos unidades o más solo implica dos estados de resultados o más en caso de requerirlos, pero solo un balance general.

Derivado de la operación del negocio se producen diferentes tipos de pólizas contables como son:

Polizas de egresos generadas por:

- Rembolso de caja chica a las unidades de la Franquicia.
- Pago a proveedores, en la mayoría de las Franquicias se cuenta con un centro de distribución especializado, lo que representa la existencia de un solo proveedor de insumos que intervienen en la fabricación del producto a ofrecer, aunque también existen otro tipo de proveedores relativos a la prestación de servicios al mismo negocio como son: fumigación, traslado de valores, instalación de seguridad, papelería, artículos de limpieza, propaganda local, seguros y fianzas, y en general cualquier servicio que necesite la empresa para la mejor operación de la misma.
- Pago de regalías de operación y publicidad, considerados también como proveedores de la tecnología y de la publicidad a nivel nacional de la marca.

- Pago de arrendamiento financiero o puro según sea el caso.
- Pago de gastos operacionales, tales como: renta de locales, nómina, agua, energía eléctrica, etc.
- Otros generados por el manejo del negocio.

Pólizas de ingresos generadas por:

- Depósitos realizados al banco, ya sea del efectivo cobrado o del reembolso de vales o tarjetas de crédito, en forma directa o por medio de la compañía de traslado de valores.
- Otros conceptos ocasionales generados por la operación.

Pólizas de diario generadas por:

- Ventas diarias registradas por cada una de las unidades y sus medios de pago.
- Registro del costo de ventas, también por unidad.
- Depreciaciones y amortizaciones.
- Otros generados por la operación.

Los tres tipos de polizas mencionadas con base a la metodología contable al requisitarse deben ser codificadas observando la naturaleza de la cuenta del catálogo vigente; como ejemplo se incluyen algunos rubros de un catálogo de cuentas llevado a la práctica:

Activo.

100-01-00 Activo circulante. Recursos de mayor disponibilidad.

100-01-01 Caja. Destinada para gastos menores.

- 100-01-02 Bancos.* Operaciones realizadas en las cuentas de cheques.
- 100-01-03 Documentos por cobrar.* Pagarés a favor de la entidad.
- 100-01-04 Deudores diversos.* Adeudos de créditos diversos a ventas.
- 100-01-05 Inventarios.* Valor de las mercancías.
- 100-01-06 Pagos anticipados.* Convertibles a gastos en corto plazo.
- 100-02-00 Activo no circulante.* Presentan menor disponibilidad.
- 100-02-01 Activo fijo.* Bienes de la empresa adquiridos para su uso.
- 100-02-02 Depósitos garantía.* Dinero que garantiza la contraprestación
- 100-02-03 Cargos diferidos.* Beneficios a recibir en varios años.
- 100-02-04 Gastos de organización.* Pagos al inicio de una entidad.
- 100-02-05 Gastos de instalación.* Por acondicionamiento de inmuebles.
- 100-02-06 Derecho de área.* Pago / uso de marca o nombre comercial.
- 100-02-07 Derecho de tienda.* Pago apertura de la unidad (Know How).
- 100-02-08 Publicidad y propaganda.* Pago por anuncios,
- 100-02-09 Primas de seguros.* Derechos por asegurar bienes de la cia.

Pasivo.

- 200-01-00 Pasivo a corto plazo* Deudas con vencimiento menor al año.
- 200-01-01 Proveedores.* Adeudos con personas que surten insumos.
- 200-01-02 Acreedores diversos.* Adeudos con personas ajenas al giro.
- 200-01-03 Impuestos por pagar.* Adeudos a favor del estado.
- 200-02-00 Pasivo a largo plazo.* deudas con vencimiento mayor al año.
- 200-02-01 Préstamos bancarios a L. P.* Con instituciones de crédito.

Capital.

300-00-00 Capital contable Aportaciones. recursos con que se cuenta.

300-01-00 Capital social. Aportaciones que los socios dan a la entidad.

300-02-00 Reservas. Separaciones de las utilidades.

300-03-00 Utilidades o pérdidas de ejercicios anteriores. Las generadas.

300-04-00 Utilidades o pérdidas del ejercicio. Las generadas.

Resultados.

400-00-00 Ingresos, Suma de las ventas totales.

500-00-00 Costo de ventas. Total de insumos incurridos en producción

600-00-00 Gastos. Incurridos para la operación del negocio.

600-01-00 Regalías. Importe pagado por el uso de una marca.

600-02-00 Publicidad. Importe pagado por propaganda.

La balanza de comprobación, será el medio por el cual se comprobará que la información contable, todos los registros obtenidos en todas las cuentas utilizadas estén correctamente registradas mediante lo que se denomina el cuadro de la balanza, es decir que las mismas cantidades cargadas, sean las abonadas, dando como resultado el saldo final que contemplará cada cuenta contable, mediante la utilización de este reporte.

En base al procesamiento de la información generada de las pólizas preferentemente mediante un sistema de computación, es sintetizado de forma general en lo que es denominado información financiera.

3.4 INFORMACION FINANCIERA.

La información generada de la valuación de la información contable, se presenta en forma resumida y en forma general para su razonable y mejor interpretación. es así que se está ante la formulación de los estados financieros de una Franquicia, estos son como en cualquier empresa, es decir, deben estructurarse cuando menos el Balance General y el Estado de Resultados.

El Balance General deberá mostrarse en forma global, de manera que solo se obtenga uno por Franquicia, ya que como se mencionó, es solamente una empresa, independientemente del número de unidades que se tengan, con esto se podrá evaluar la situación financiera de la entidad en general.

Respecto a los Estados de Resultados es importante contar con ellos según el número de unidades con que cuente la Franquicia, ya que a pesar de que todas ofrecen los mismos productos o servicios no necesariamente se incurrirán en los mismos conceptos operacionales, tales como: ingresos, costos, gastos, depreciación, amortización, provisiones, etc., ya que esto dependerá de forma mercadológica, de la zona en donde estén ubicados los puntos de venta, dependiendo de ello:

Cantidad de consumidores

Clase de consumidores

Necesidades a cubrir.

Importe de renta del local.

Número de empleados a contratar.

Promociones a utilizar, etc.

A pesar de que todas las unidades normalmente se encuentran en una misma zona, como por ejemplo la misma delegación, colonia, etc. es determinante la ubicación específica para poder proyectar los puntos anteriores.

Por medio de estos estados financieros por unidad, se puede evaluar cual de ellas necesita mas apoyo y en que aspectos, de otra manera si solo se tuviese información global sería complicado el análisis de cada una de ellas para la toma de decisiones.

Para la toma de decisiones es necesario presentar estos reportes o documentos lo mas periódicamente posible, ya que es de vital importancia el reconocer la manera en que se ha conducido el negocio, así como las posibilidades que existen de cumplir con la próxima apertura; hay que tener en consideración que las aperturas de las unidades de una Franquicia estan calendarizadas dentro de un contrato, y en caso de no cumplirlas existirán sanciones monetarias las cuales desbalancearían el flujo de efectivo de la entidad, ya que suelen ser bastantes cuantiosas, obteniendo como máxima pena, la pérdida de la Franquicia después de ciertas circunstancias establecidas de manera contractual.

La emisión de los estados financieros básicos es mensual aunque en algunas Franquicias, es solicitado con la misma periodicidad con que se solicita el pago de regalías, en ocasiones menores a un mes, esto debido a la necesidad de su verificación, ya sea en caso de que sean efectuados los pagos sobre ventas o sobre utilidades.

En base a lo anterior es necesario formular ciertos Estados Financieros complementarios, a éstos por su importancia se les conoce como proyectados, los cuales pueden ser realizados con base en información de períodos anteriores o sin ella, a lo que se le conoce como base cero; obteniendo con ello lineamientos o parámetros que muestren diferencias con las que se ajustarán estos estados, de manera que cada vez se acerquen más a la realidad y al desempeño del negocio.

Es importante también el formular estados financieros que incluyan porcentajes integrales, ya que dentro del sistema de Franquicias -medio ya probado para el éxito del negocio- se incluyen porcentajes estandarizados en diferentes aspectos, que sirven como guías de evaluación; así también se cuenta con otro tipo de porcentajes establecidos como obligatorios y de manera contractual, por lo que además de su importancia, es obligatorio el comprobar su cumplimiento.

Para la emisión de estados financieros comparativos, es útil saber que en los primeros ejercicios de funcionamiento de la Franquicia es

necesario manejarlos sobre el período mensual anterior ya que de no hacerlo de esa manera el punto de comparación se vería distorsionado debido a que constantemente se abren establecimientos; en caso de comparación de estados financieros por unidad, no existe este problema.

Una de las herramientas que ayudan a la comparación y análisis, es la utilización de razones aplicables a los Estados Financieros, las cuales nos ayudarán a obtener un contexto mas amplio sobre la situación en la que se encuentra la entidad (estas razones se mencionan en el Capitulo 1 del presente estudio).

Por todo lo anteriormente expuesto, la forma en que las Franquicias prevén la información requerida por el sistema así como su flujo dentro del mismo, da como resultado la elevación de la competitividad de este tipo de negocios, otorgando a sus propietarios un beneficio ya probado, entendiendo por competitividad a la capacidad de un sector del mercado de otorgar mayores beneficios a sus propietarios, por lo que serán más atractivas en cuanto a inversiones en comparación de otras. Se establece con esto un negocio atractivo, desde el simple hecho de ser formulado como Franquicia, ya que detrás de la marca existen diversos y complejos estudios de mercado, así como de publicidad, obteniendo mediante ellos el grado de aceptación del público consumidor del bien o servicio, que respaldado por la marca logran su introducción al mercado.

Para una mejor aprehensión del contenido del presente trabajo es necesario plantear la relación de los conceptos contables aplicados al fenómeno de la Franquicia por medio de un caso práctico, en donde se observará su interrelación, así como las características del sistema que genera el flujo informativo contable dentro de la misma.

Cabe hacer mención que todas las Franquicias manejan sistemas diferentes, dependiendo de sus características particulares, teniendo como factor determinante su giro.

CAPITULO IV CASO PRACTICO.

Debido a la necesidad de una mejor comprensión del flujo informativo dentro de una Franquicia, es conveniente la realización de un caso práctico que se desarrolle dentro de ese sistema, tomando en consideración la aplicación de todas las fases del Proceso Contable, por lo que mencionaré su importancia en el transcurso de su aplicación.

Para la elaboración del caso práctico es necesario partir del contenido del contrato de subfranquicia; así mismo para efectos del presente capítulo hay que tomar en cuenta que la Contabilidad únicamente se refiere a un mes de operación de la entidad, cabe señalar que los movimientos previos a ese contrato son los siguientes:

	-1-	
Bancos		N\$250,000.00
Capital Social		N\$250,000.00
	-2-	
Derecho de area		N\$50.000.00
Bancos		N\$50,000.00
	-3-	
Amortización derecho de área		N\$208.33
Amort. acumulada der. área		N\$208.33

Los dos últimos movimientos contables son originados a partir del contrato de desarrollo de área, en donde se puntualiza el pago del

citado derecho con el cual se obtiene la titularidad de utilizar la marca dentro de una específica zona territorial delimitada, así como la vigencia del mismo (20 años), obteniéndose así un 5% de amortización contable anual; en los manuales respectivos se define el área y tecnología propia a utilizar.

La apertura de las unidades de la Franquicia se formalizan con el contrato de Subfranquicia, de donde nacen diversos asientos contables, los que se originarán sobre aspectos operativos y administrativos; para una mejor apreciación a continuación se transcriben algunos de esos puntos:

1. INTRODUCCION

2. OTORGAMIENTO Y VIGENCIA DE LA SUBFRANQUICIA.

2.1 Otorgamiento.

2.2 Vigencia.

3. RENOVACION DE LA SUBFRANQUICIA.

3.1 Opción para renovar.

3.2 Forma de renovación.

3.3 Notificación de la expiración.

4. AREA DE RESPONSABILIDAD PRIMARIA.

4.1 Area definida.

4.2 Area protegida.

5. PAGOS INICIALES.

- 5.1 Cuota de la Subfranquicia.
- 5.2 Cuota de apertura de publicidad y promoción.
- 5.3 No reembolsabilidad de las cuotas.

6. CUOTA DE REGALIAS Y OTROS CARGOS.

- 6.1 Cantidad y pago.
- 6.2 Definición de ventas sujetas a regalías.
- 6.3 Interés sobre pagos extemporáneos.
- 6.4 Aplicación de los pagos.
- 6.5 Conversión de pagos.

7. UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO.

- 7.1 Arrendamiento del establecimiento.
- 7.2 Cláusulas requeridas en el contrato de arrendamiento.
- 7.3 Ubicación y uso.
- 7.4 Reubicación.
- 7.5 Ubicación y operación de la distribuidora.
- 7.6 Terminación del contrato de arrendamiento.

8. DESARROLLO DEL ESTABLECIMIENTO.

- 8.1 Desarrollo inicial y construcción.
- 8.2 Equipo, arreglos, mobiliario y letreros.
- 8.3 Apertura del establecimiento.

9. RESTAURACION DEL ESTABLECIMIENTO.

10. CAPACITACION.

- 10.1 Capacitación inicial.
- 10.2 Capacitación para los empleados.
- 10.3 Capacitación adicional.

11. ASISTENCIA EN LA OPERACION.

- 11.1 Consejo y dirección.
- 11.2 Problemas de operación.

12. PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL ESTABLECIMIENTO.

- 12.1 Menú del establecimiento.
- 12.2 Servicio de entrega,
- 12.3 Provisiones, equipos y materiales.

13. PUBLICIDAD Y PROMOCION.

- 13.1 Por la franquicia maestra.
- 13.2 Publicidad local y regional.
- 13.3 Por el subadquirente.

14. REGISTROS Y REPORTES.

- 14.1 Contabilidad y mantenimiento de registros.
- 14.2 Reportes de ventas y estados financieros.
- 14.3 Derecho para requerir una auditoría.

15. REQUISITOS DE OPERACION.

- 15.1 Procedimiento de operación.

- 15.2 Cumplimiento con las leyes y otras prácticas comerciales.
- 15.3 Sistema de transmisión de datos y comunicación hablada.
- 15.4 Precios a ser determinados por el subadquirente.
- 15.5 Manual de operaciones.
- 15.6 Secretos comerciales.
- 15.7 Nuevos conceptos.
- 15.8 Supervisión.
- 15.9 Seguro.
- 15.10 Identificación como subadquirente.

16. MARCAS.

- 16.1 Uso.
- 16.2 Infracciones.
- 16.3 Indemnización.

17. INSPECCIONES.

18. TERMINACION.

- 18.1 Terminación por el subadquirente.
- 18.2 Terminación por la franquicia maestra.
- 18.3 Obligaciones a la terminación.

19. OPCION DE COMPRA DEL ESTABLECIMIENTO.

- 19.1 Opción.
- 19.2 Precio de la transacción.
- 19.3 Vehículo de entrega.

- 19.4 Compra de la distribuidora.
- 19.5 Reducciones del precio de compra.
- 19.6 Pago del precio de compra.
- 19.7 Bienes inmuebles.
- 19.8 Clausura.
- 19.9 Operación durante el periodo de opción.
- 19.10 Precio de la transacción.

20. CONVENIOS RESTRICTIVOS.

- 20.1 Convenios dentro de la vigencia.
- 20.2 Convenios posteriores a la vigencia.
- 20.3 Contratación de empleados.
- 20.4 Confidencialidad.
- 20.5 Propietarios de una sociedad.

21. CESION.

- 21.1 Por la Franquicia maestra.
- 21.2 Por el subadquirente.
- 21.3 Cesión a una sociedad.
- 21.4 Cesión a otras personas.
- 21.5 Cesión por muerte o incapacidad permanente.
- 21.6 Derecho de preferencia de la Franquicia maestra.

Todo lo puntualizado dentro de este contrato, se describe claramente dentro de los manuales de la Franquicia, los cuales dan la pauta para el cumplimiento del contrato en cuanto a

estándares y lineamientos mínimos a cumplir en cada punto; debido a su confidencialidad, en el presente estudio solo propongo situaciones concretas establecidas en ellos.

Con el establecimiento de los manuales que integran el sistema de la Franquicia, se iniciará la primera fase del Proceso Contable, la Sistematización, proponiendo dentro de los manuales los procedimientos y métodos adecuados para la contabilización de las operaciones generadas por la entidad, así como en algunos casos se establece la necesidad de utilizar equipos de computación y sistemas especialmente creados para ello, teniendo también el establecimiento de los reportes y organigramas, así como la descripción de funciones a realizar por cada uno de los puestos, ya que el conocimiento probado necesario para el desarrollo de la entidad con un formato de Franquicia hace posible el entendimiento total de la organización, pudiendo con ello cumplir con la primera fase del proceso.

Siendo la Valuación la segunda fase de este proceso, la cual es llevada a cabo mediante la asignación de valor en unidades monetarias de los recursos y obligaciones de la entidad, es iniciada en el presente caso práctico con el registro contable que se realizará durante el transcurso de este capítulo, tomando en consideración los criterios proporcionados por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C..

De los puntos descritos se desprenden las siguientes apreciaciones

contables, -tomando en cuenta que todos las cuestiones a utilizar son únicamente para efectos del presente estudio-, por lo que para un mejor entendimiento las apreciaciones contables son señaladas con el número de la cláusula de la cual se desprenden, así como también se menciona lo referente a esa misma apreciación descrito en el manual otorgado por el sistema:

Clausula 2.2. La vigencia del contrato nos da la pauta para el plazo de la amortización contable de este intangible otorgándonos el derecho a utilizar la tecnología en esa unidad por 8 años a partir de la vigencia del contrato, por lo que tendremos un 12.5% de amortización anual, sobre la cuota a pagar por concepto de subfranquicia.

Manual: Sobre este punto se estipula lo relacionado a guardar la confidencialidad de su contenido, ya que fue otorgado su uso mediante el contrato, y obliga a la devolución de los mismos a su terminación de vigencia.

-4-

Amortización derecho de tienda N\$104.16

Amort. acum. der. de tienda N\$104.16

Clausula 5.1. La cuota a pagar por la subfranquicia se establece normalmente en una cantidad fija de N\$10,000.00

Manual: Se especifica todo a lo que se tiene derecho al realizar el pago correspondiente a subfranquicia.

-5-

Derecho de tienda..	N\$10,000.00
Bancos	N\$10,000.00

Clausula 5.2. Para contribuir con la publicidad de la marca y asegurarse de su promoción en la zona a establecerse, se estipula una cantidad fija a cubrirse con anticipación a la apertura de la unidad, de N\$3,000.00

Manual: Se dan los estándares de calidad, color y tipo de publicidad a utilizar a manera de promover la marca para la preapertura del establecimiento.

-6-

Promoción de preapertura	N\$3,000.00
Bancos	N\$3,000.00

Clausula 6.1. En donde se establece la cuota continua de regalías de 3.8% sobre las ventas base de regalías (o netas), que aplicaremos en base al resultado de un periodo de ventas. Ver registro 18.

Manual: Sobre este punto se da a conocer las ventajas que se reciben de la Franquicia original por el hecho de pertenecer a ella, y por lo tanto la obligación de pagar esta cuota.

Clausula 6.3. Se marca como interés sobre pagos extemporáneos un 22% aplicable solo en caso de incumplimiento del plazo.

Manual: Se estimula a los franquiciatarios a no tener atraso en los pagos, ya que es benéfico para ellos.

Clausula 7.1. De este punto se deriva el pago de arrendamiento del inmueble en caso de no ser el propietario, ya que para efectos del presente no es necesario la adquisición del mismo.

Manual: Se propone las características en los contratos de arrendamiento a celebrar.

-7-

Renta de local	N\$12,000.00
Bancos	N\$12,000.00

Clausula 7.6. De la terminación del contrato de arrendamiento se deriva el plazo para la depreciación a las mejoras a locales arrendados, que será de 8 años, obteniendo un 12.5% anual como depreciación.

Manual: Sobre esto se impulsa a seguir los lineamientos establecidos en el país.

-8-

Depreciación de mejoras	N\$468.75
Dep. acumulada de mejoras	N\$468.75

Clausula 8.2. La determinación del equipo a utilizar, que puede ser comprado en efectivo o arrendado, implica un desembolso de efectivo y su utilización, un gasto reflejado como su depreciación utilizando en este caso la indicada por la ley del I.S.R. con un 20% anual.

Manual: Se especifican las características, marcas y modelos de los equipos requeridos a utilizar, así como la ubicación y distribución dentro del establecimiento.

-9-

Equipo de trabajo	N\$185,000.00
Bancos	N\$185,000.00

-10-

Depreciación equipo de trabajo	N\$3,083.33
Dep. acumulada Eq. Transporte	N\$3,083.33

Clausula 9. El acondicionamiento del local trae consigo un fuerte y variado desembolso de efectivo, necesario para cumplir con los lineamientos.

Manual: El acondicionamiento del local forma parte de la imagen de la Franquicia, por lo que se especifica todo lo que se manejará, en cuanto a materiales, colores, tamaño y distribución del local a remodelar.

-11-

Mejoras a locales arrendados	N\$45,000.00
Bancos	N\$45,000.00

Clausula 10.1. Para poder manejar la Franquicia se deberá estar perfectamente capacitado, lo cual tiene un costo que puede incluir diferentes cuestiones como viáticos u honorarios por la capacitación.

Manual: En lo referente a capacitación de las personas que adquieren la Franquicia, el manual es muy explícito, ya que las personas encargadas de la supervisión del establecimiento, deben estar perfectamente capacitadas, cumpliendo con todos los cursos establecidos.

-12-

Gastos de capacitación	N\$2,100.00
Viáticos	N\$ 550.00
Bancos	N\$2,650.00

Clausula 10.2. En cuanto a la capacitación de los empleados establecida como obligatoria existirán gastos normales de sueldos para el personal que se contrate para ello.

Manual: Dependiendo del nivel del empleado serán los cursos a tomar, estipulados en éste.

-13-

Sueldos capacitador	N\$500.00
Bancos	N\$500.00

Clausula 13.1. En esta se establece la obligación de cooperar con un fondo específicamente creado para la publicidad de la marca estipulando un 2.5% sobre las ventas netas.

Manual: Una de las características de las Franquicias es, la promoción que se hace de ellas, siendo de suma importancia el realizarla, por lo que se obliga a la cooperación con este tipo de fondo.

Clausula 13.3. Se establece como porcentaje mínimo obligatorio un 2% sobre ventas netas mensuales.

Manual: De la misma manera que en el punto anterior, para cumplir siempre con la promoción de la marca se estipula la obligatoriedad de el cumplimiento de un porcentaje sobre ventas netas, a gastar en ello.

Clausula 15.9. Se prevee la obligación contractual de tener asegurados todos los bienes con que se cuente, mientras dure la vigencia de la subfranquicia, en caso de contratarlo anualmente se amortizará a gastos la parte correspondiente al mes de operación:

Manual: Debido a que el sistema trata de evitar cualquier riesgo, se condiciona a los franquiciatarios a tener asegurados sus bienes.

-14-

Seguro gral. pag. por anticipado	N\$900.00
Bancos	N\$900.00

-15-

Seguros	N\$75.00
Seguro gral. pag. por ant.	N\$75.00

Después de haber descrito parte de las operaciones contables derivadas de los contratos, así como su fundamentación en términos de los manuales, pasaremos a ver específicamente lo que se refiere a la información a generar: Sobre este punto en el manual se especifican, todos los reportes a utilizar, ya sean operativos, contables o financieros, su periodicidad, personal a realizarlo, supervisarlo y analizarlo, así como su flujo dentro de la organización.

Para una mayor identificación de las descripciones anteriores a continuación se muestra un organigrama usual en una Franquicia posteriormente, se presentan los reportes a emitir operativamente, los cuales invariablemente deben pasar al departamento de contabilidad para su verificación y registro.

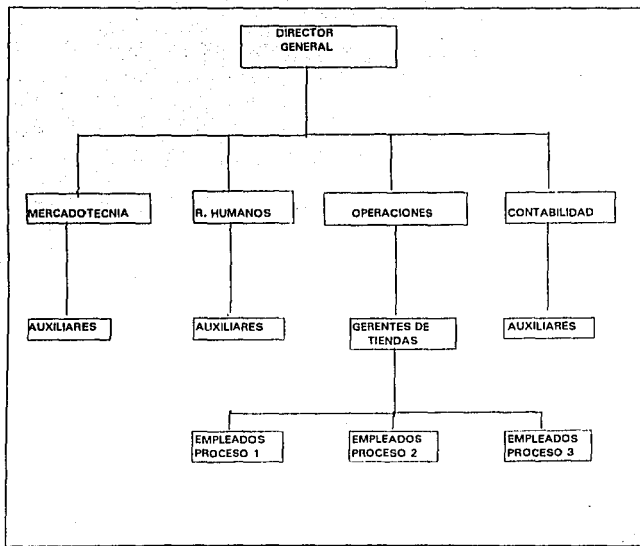


Figura 4.1 Organigrama usual en una Franquicia.

**SUPER TORTAS
 REPORTE DE VENTAS DEL DIA**

FECHA: 01 DE JUNIO DE 1994.

TIENDA No. 1

ENCARGADO: Roberto R.

VENTAS TOTALES: N\$4,525.00

DEVOLUCIONES: N\$94.00

I.V.A. N\$402.82

VENTAS NETAS N\$4,028.18

FORMA DE PAGO

VALES	TARJETA	EFFECTIVO	DEVOL.	TOTAL
N\$150.00	N\$240.00	N\$4,041.00	N\$94.00	N\$4,525.00


DEPOSITOS REALIZADOS

N\$575.00
 750.00
 1,090.00
 1,626.00
 N\$4,041.00

DIFERENCIA: N\$0.00

PERSONAL EMPLEADO TURNO

Miguel A.	1er.
Pedro B.	1er.
Angel M.	1er.
Marilyn G.	2o.
Rocio I.	2o.
Manuel S.	2o.

ENCARGADO: 


REVISADO: 

Figura 4.2 Reporte de ventas del día.

**SUPER TORTAS
INVENTARIO DEL DIA**

FECHA: 01 DE JUNIO DE 1994.
 TIENDA No. 1
 ENCARGADO: Roberto R.

INVENTARIO INICIAL	N\$528.45
COMPRAS	N\$945.00
INVENTARIO FINAL	N\$265.00
CONSUMIDO	N\$1,208.45

RELACION CON LAS VENTAS 29.99%



ENCARGADO:  REVISADO: 

Figura 4.3 Reporte de inventario del día.

**SUPER TORTAS
CONCENTRADO DE VENTAS**

PERIODO: 01 AL 03 DE JUNIO DE 1994.
 TIENDA No. 1
 ENCARGADO: Roberto R.

CONCEPTO	LUNES	MARTES	MIERC.	TOTAL
VENTAS T.	4,525.00	3,895.00	4,740.00	13,160.00
DEVOLU.	94.00	0.00	110.00	204.00
I.V.A.	402.82	354.09	420.91	1,177.82
V. NETAS	4,028.18	3,540.91	4,209.09	11,778.18
COSTO COM	1,208.45	1,097.68	1,367.95	3,674.08
PORCIENTO	29.99%	31.00%	32.50%	31.19%

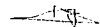

ENCARGADO:  REVISADO: 

Figura 4.4 Reporte de concentrado de ventas.



SUPER TORTAS				CORTE A FIN DEL PERIODO	
CAJA CHICA			VALUACION DE INVENTARIO FISICO		
MONEDAS				PRODUCTO	VALOR
N\$0.50	5.00	N\$2.50	PAN GDE.	N\$45.50	
1.00	26.00	26.00	PAN CH.	2.80	
2.00	68.00	136.00	MAYONESA	10.90	
5.00	29.00	145.00	MOSTAZA	11.20	
10.00	5.00	50.00	CEBOLLA	5.10	
SUBTOTAL		N\$359.50	JITOMATE	8.90	
			AGUACATE	10.80	
BILLETES			JAMON	105.90	
N\$5.00	4	N\$20.00	PIERNA	87.30	
10	1	10.00	SALAMI	49.50	
20	3	60.00	CARNE	36.10	
50	1	50.00	QUESO A.	25.00	
100	1	100.00	QUESO B.	38.00	
SUBTOTAL		N\$240.00	TOTAL	N\$437.00	
EFFECTIVO	N\$599.50				
COMPROB.	N\$200.50				
TOTAL	N\$800.00				
ENCARGADO:		SUPERVISO:			

Figura 4.5 Reporte de corte a fin de periodo.

SUPER TORTAS	
CALCULO DE REGALIAS Y PUBLICIDAD	
VENTAS TOTALES	N\$13,160.00
DEVOLUCIONES	N\$204.00
IVA	N\$1,177.82
VENTAS BASE	N\$11,778.18
REGALIAS	3.80% N\$492.33
PUBLICIDAD	2.50% N\$323.90

Figura 4.6 Reporte de cálculo de regalías y publicidad.

Generados los reportes anteriores, así como su documentación comprobatoria el registro de las operaciones contables se realizará de la siguiente forma:

-16-

Depósito por realizar	N\$4,041.00
Vales por recuperar	N\$ 150.00
Tarjetas por recuperar	N\$ 240.00
Devoluciones	N\$ 85.45
Ventas	N\$4,113.64
Iva por pagar	N\$ 402.81

Registro de las ventas a partir del reporte *Ventas del día* (Ver figura 4.2).

-17-

Costo de ventas	N\$1,208.45
Inventario	N\$1,208.45

Registro del costo de venta en base al reporte de *Inventario del día* (Ver figura 4.3).

-18-

Regalías	N\$492.33
Publicidad	N\$323.90
Bancos	N\$816.23

Registro de regalías y publicidad en base al reporte de *Calculo de regalías y publicidad* el cual fue basado en el reporte de *Concentrado de ventas* (Ver figuras 4.4 y 4.6).

Suponiendo un mes de treinta días realizaremos los asientos en relación a las ventas globalmente por 29 días complementando a los tres registros anteriores, proponiendo que las ventas sean por la misma cantidad y las mismas características del primer día.

-19-

Depósito por realizar	N\$117,189.00
Vales por recuperar	N\$ 4,350.00
Tarjetas por recuperar	N\$ 6,960.00
Devoluciones	N\$ 2,478.05
Ventas	N\$119,295.56
Iva por pagar	N\$ 11,681.49

Registro de ventas por 29 días.

-20-

Costo de ventas	N\$35,045.05
Inventario	N\$35,045.05

Registro del costo de ventas de 29 días.

-21-

Regalías	N\$14,277.57
Publicidad	N\$ 9,393.10
Bancos	N\$23,670.67

Registro de regalías y publicidad por 29 días.

Posterior al registro de ventas se harán los registros de la recuperación del dinero en efectivo, los vales y las tarjetas de crédito según se

establezcan los contratos con cada compañía, por lo que los asientos de recuperación son:

-22-

Bancos	N\$121,230.00
Depósitos por realizar	N\$121,230.00

Registro de el depósito al banco por medio de una compañía de traslado de valores.

-23-

Bancos	N\$4,500.00
Vales por recuperar	N\$4,500.00

Registro de reembolso de vales.

-24-

Bancos	N\$7,200.00
Tarjetas por recuperar	N\$7,200.00

Registro de reembolso de buochers de tarjetas de crédito.

Estos registros provenientes de la operación de las unidades de venta de productos, se realizarán por cada uno de los días en servicio, a demás de otros registros que aunque no provienen de reportes operativos van ligados con ello como son:

-25-

Sueldos N\$4,257.00

Bancos N\$4,257.00

Registro de sueldos del mes.

-26-

Servicios N\$15,512.50

Bancos N\$15,512.50

Registro de pago de servicios de: electricidad, agua, teléfono, traslado de valores, fumigación, etc.

-27-

Inventarios N\$39,128.50

Proveedores

N\$39,128.50

Registro de la provisión de inventario.

Nota: el plazo de pago es estipulado dentro del contrato de subfranquicia, en caso de tener un distribuidor único.

-28-

Publicidad local N\$2,529.89

Bancos N\$2,529.89

Registro de gastos de publicidad del mes obligatorio por contrato.

Teniendo como tercera fase del Proceso Contable el Procesamiento, se

iniciará con la elaboración de los Estados Financieros resultantes de la totalidad de las operaciones anteriores, basándonos en las reglas de presentación de los mismos, por lo que, derivado de las operaciones contables de la entidad, se desprende el desarrollo de la Balanza de Comprobación, y de ahí la generación de los Estados Financieros, sobre los cuales se establecerán ciertos análisis, los cuales se presentan a continuación:

Super Tortas
Balanza de comprobación
Del 01 al 30 de Junio de 1994.

Cuenta	Movimientos		Saldo Final
	Debe	Haber	
Bancos	N\$382,930.00	N\$355,836.29	N\$27,093.71
Inventarios	39,128.50	36,253.50	2,875.00
Dep. por realizar	121,230.00	121,230.00	0.00
Vales por recup.	4,500.00	4,500.00	0.00
Tarjetas por rec.	7,200.00	7,200.00	0.00
Equipo de trab.	185,000.00	0.00	185,000.00
Dep. eq. de trab.	-3,083.33	0.00	-3,083.33
Mejoras a loc.	45,000.00	0.00	45,000.00
Dep. a mejoras	-468.75	0.00	-468.75
Derecho area	50,000.00	0.00	50,000.00
Amort. der. area	-208.33	0.00	-208.33
Derecho tienda	10,000.00	0.00	10,000.00
Amort. der. tienda	-104.16	0.00	-104.16
Seguro pag. por a.	900.00	75.00	825.00
Proveedores	0.00	39,128.50	-39,128.50
IVA por pagar	0.00	12,084.30	-12,084.30
Capital social	0.00	250,000.00	-250,000.00
Ventas	0.00	123,409.20	-123,409.20
Devoluciones	2,563.50	0.00	2,563.50
Costo de ventas	36,253.50	0.00	36,253.50
Sueldos	4,757.00	0.00	4,757.00
Capacitación	2,100.00	0.00	2,100.00
Viáticos	550.00	0.00	550.00
Dep. acum. eq. de trab.	3,083.33	0.00	3,083.33
Dep. acum. mejoras	468.75	0.00	468.75
Amort. acum. der. area	208.33	0.00	208.33
Amort. acum. der. tienda	104.16	0.00	104.16
Regalías	14,769.90	0.00	14,769.90
Publicidad	9,717.00	0.00	9,717.00
Servicios	15,512.50	0.00	15,512.50
Seguros	75.00	0.00	75.00
Publicidad local	2,529.89	0.00	2,529.89
Promoción preapertura	3,000.00	0.00	3,000.00
Renta local	12,000.00	0.00	12,000.00
Totales	N\$949,716.79	N\$949,716.79	N\$0.00

Figura 4.7 Balanza de comprobación.

Super Tortas
Balance general al 30 de junio de 1994.

ACTIVO

Activo circulante

Bancos	N\$27,093.71	90.41%	
Inventarios	2,875.00	9.59%	
Dep. por realizar	0.00	0.00%	
Vales por recup.	0.00	0.00%	
Tarjetas por rec.	0.00	0.00%	
SUMA	N\$29,968.71		9.46%

Activo no circulante

Equipo de trab.	N\$185,000.00	64.47%	
Dep. eq. de trab.	-3,083.33	-1.07%	
Mejoras a loc.	45,000.00	15.68%	
Dep. a mejoras	-468.75	-0.16%	
Derecho área	50,000.00	17.42%	
Amort. der. área	-208.33	-0.07%	
Derecho tienda	10,000.00	3.48%	
Amort. der. tienda	-104.16	-0.04%	
Seguro pag. por a.	825.00	0.29%	
SUMA	N\$286,960.43		90.54%
TOTAL ACTIVO		N\$316,929.14	100%

Pasivo

Proveedores	N\$39,128.50	76.40%	
IVA por pagar	12,084.30	23.60%	
SUMA	N\$51,212.80		16.16%
Capital contable			
Capital social	N\$250,000.00	94.09%	
Resultado del ejercicio	15,716.34	5.91%	
SUMA	N\$265,716.34		83.84%
TOTAL PASIVO Y CAP.		N\$316,929.14	100%

Figura 4.8 Balance general.

Super Tortas
Estado de resultados del 01 al 30 de Junio de 1994.

Ventas	N\$123,409.20	102.12%
Devoluciones	2,563.50	2.12%
Utilidad bruta	120,845.70	100.00%
Costo de ventas	36,253.50	30.00%
Sueldos	4,757.00	3.94%
Capacitación	2,100.00	1.74%
Viáticos	550.00	0.46%
Dep. acum. eq. de trab.	3,083.33	2.55%
Dep. acum. mejoras	468.75	0.39%
Amort. acum. der. área	208.33	0.17%
Amort. acum. der. tienda	104.16	0.09%
Regalías	14,769.90	12.22%
Publicidad	9,717.00	8.04%
Servicios	15,512.50	12.84%
Seguros	75.00	0.06%
Publicidad local	2,529.89	2.09%
Promoción preapertura	3,000.00	2.48%
Renta local	12,000.00	9.93%
Total gastos	105,129.36	86.99%
Utilidad neta.	N\$15,716.34	13.01%

Figura 4.9 Estado de resultados.

Una vez obtenidos los Estados Financieros de la entidad se inicia la cuarta fase del Proceso Contable denominada Evaluación, realizada mediante el análisis e interpretación de los mismos examinando críticamente los resultados obtenidos, por lo que se determina el siguiente análisis a manera de ejemplo:

Prueba del ácido: .58

La cual nos muestra que por cada peso que debemos a terceros tenemos .58 para pago.

Apalancamiento: 4.88

Esta razón, nos indica que por cada peso que debemos a terceros tenemos 4.88 de inversión propia.

De los porcentajes integrales aplicados a el Estado de Resultados se desprende el cumplimiento en lo establecido por el sistema de la Franquicia, en los siguientes puntos, sobre los cuales ya fue mencionada la necesidad de llevarse a cabo:

Costo de ventas:	30.00%
Regalias:	12.22%
Publicidad:	8.04%
Publicidad local:	2.09%

Hay que tomar en cuenta sobre los anteriores Estados Financieros, el tiempo de pago que nos otorga nuestro proveedor

exclusivo, la reciente apertura de la unidad y por consecuencia los fuertes gastos e inversiones incurridos.

La quinta fase del Proceso es la de Información, la cual se cumple al difundir los Estados Financieros, así como su análisis de manera completa y oportuna a los directivos de la empresa, terminando con este último punto El Proceso Contable.

Una vez retomado el Proceso Contable y todas las bases que ello implica mencionados en el Capítulo I, así como las características y desarrollo de las Franquicias mencionados en el Capítulo II, realicé el presente caso práctico para integrar su relación con el Flujo informativo contable y financiero de una Franquicia, por lo que procedo a emitir mis conclusiones.

CONCLUSIONES.

En el desarrollo teórico-práctico de la presente investigación se desprendieron las siguientes conclusiones, permitiéndome realizar las recomendaciones establecidas en el apartado que corresponda, ahora bien, a continuación presento las premisas centrales del fundamento teórico descrito en la investigación ubicando primeramente la base contable.

Se observa a la técnica contable, la cual se conforma por principios, reglas y criterios, como base para la obtención de la información financiera de forma homogénea, útil, confiable y comparable, así como para regir el estudio y ejercicio de la contaduría.

Los principios, reglas y criterios mencionados, son normados por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C., definiendo cada uno de ellos para su correcta aplicación, los cuales sirven de parámetro para la realización del proceso contable, éste se define como:

Conjunto de fases a través de las cuales la Contaduría Pública obtiene y comprueba la información financiera..

Las fases a las que se hace referencia en la definición, son las siguientes: Sistematización, Valuación, Procesamiento, Evaluación e Información.

La información contable generada de este proceso, así como de la cuantificación de las transacciones económicas generadas, son reglamentadas por los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, indicándonos el cumplimiento de características fundamentales que debe reunir, como son:

Utilidad: Adecuación de la información a las necesidades de los diferentes usuarios.

Confiabilidad: Cualidad que hace que el usuario base sus decisiones en ella.

Provisionalidad: Presentación de resultados a la fecha del informe o reporte.

Estos Principios también reglamentan los rubros que integran la información contable, marcando reglas de valuación y de presentación de cada uno de ellos.

La información financiera producida en base a la contable, mediante su procesamiento y concentración en forma general, conforma los Estados Financieros, estos también son normados por los Principios mencionados, en cuanto a:

Objetivo de los Estados Financieros.

Estados Financieros combinados y consolidados.

Reconocimiento de la inflación en la Información Financiera.

La información financiera puede ser examinada críticamente para

obtener un conocimiento amplio de la situación de la entidad, mediante la aplicación de técnicas de análisis de carácter financiero, que simplifiquen los datos haciéndolos significativos.

Debido al revolucionario mundo en que vivimos, es necesario adaptarnos a los cambios que ello implica, por lo que es necesario conocer una de las formas de comercio de mayor desarrollo en las últimas décadas a nivel mundial como es la Franquicia.

Por lo anterior, la presente tesis retoma el tema de las Franquicias en cuanto a su flujo de información, teniendo al Proceso Contable como determinante para su realización, por lo que retomé el siguiente concepto: *Franquicia*: Esta existirá cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica para que la persona a la que se le conceda, pueda producir o vender bienes, o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que éste designe.

El franquiciar un negocio otorga un crecimiento palpable en cuanto a ingresos y extensión, sin necesidad de inversión alguna ya que esto lo realiza el franquiciatario, quien adquiere mediante cierto pago el derecho de utilizar la marca y los beneficios que ello implica, en

diversas áreas geográficas ofreciendo el producto o servicio designado, de manera uniforme manteniendo la calidad, prestigio e imagen originales.

A su vez el Franquiciatario obtiene al momento de su inversión una minimización de riesgos, ya que este tipo de negocios es probado totalmente, recibiendo al mismo tiempo apoyo y capacitación en diversas áreas de interés, pudiendo así obtener utilidad y beneficios rápidamente, teniendo como limitante para el uso o explotación de la marca la duración del contrato del cual se deriva.

Por los antecedentes de la Franquicia, observo que ésta es creada originalmente como una forma de solucionar problemas de distribución, con su evolución, ya se visualiza como un negocio en si mismo.

En México esta forma de hacer negocios está regulado por la Ley de propiedad industrial, donde se obliga a los Franquiciantes a dar a conocer toda la información relativa al negocio a las personas que pretenden adquirirla, protegiendo también los secretos industriales, para evitar su divulgación.

En lo que se refiere a la protección y registro de marca, se tiene la Ley de fomento y protección de la propiedad industrial, regulando con esta el derecho exclusivo de la explotación de una marca debidamente registrada.

Al otorgarse una Franquicia se pueden generar los siguientes tipos de contratos:

Contrato de franquicia maestra.

Contrato de derecho de área.

Contrato de subfranquicia (en caso de existencia de franquicia maestra), o Individual de Franquicia (en caso de que no exista franquicia maestra), y así sucesivamente.

La apertura económica de México lo ha ubicado como uno de los países importantes en los planes de expansión de diversas Franquicias del mundo, por lo que el país se está preparando para ello, poniendo a inversionistas extranjeros en las mismas condiciones que los nacionales.

El flujo de información dentro de una Franquicia es originado conjuntamente por el contrato de subfranquicia en una manera general, y de una forma específica por los manuales que conforman el Sistema, el cual integra todo tipo de cuestiones operativas y de información, así como políticas y procedimientos a seguir para el logro del éxito.

En los manuales se indican todos los reportes a generar, personal a realizarlo y supervisarlos, así como el flujo que debe seguir dentro de la organización, lo cual se separó como sigue:

Información en función a la operación.

Información Contable.

Información Financiera.

Por lo descrito, el presente estudio disprueba la hipótesis nula, y al mismo tiempo comprueba la hipótesis central, la cual dice lo siguiente:

Si la información financiera se establece y define a partir de la aplicación del proceso contable y esta optimiza los resultados de una Franquicia, por lo tanto una empresa mercantil mexicana tendrá mayor competitividad en el mercado, luego entonces a mayor aplicación del proceso contable mayor optimización de la información financiera así como de las características de una Franquicia al igual que mayor competitividad de una empresa mercantil mexicana en el mercado.

Los conocimientos o asistencia técnica, métodos operativos, administrativos y comerciales, que serán proporcionados al adquirente de la marca forman un Sistema conformado por manuales, este Sistema es especialmente creado según las características del negocio, mediante un largo tiempo de operación para su perfecto conocimiento; lo anterior se lleva a cabo para la obtención de productos o servicios de manera uniforme en cualquier establecimiento.

Por lo que de este Sistema surge el flujo de información ya que se especifica dentro de los manuales, cada uno de los procesos a seguir en cada área para lograr cada meta.

El Proceso Contable forma parte importante de la realización del

Sistema, ya que para obtener un correcto flujo de información contable y financiera, debe cumplir con todas sus fases, lo cual se puede confirmar en el caso práctico del presente estudio como sigue:

Sistematización: Se propone dentro de los manuales ejemplificados los procedimientos y métodos adecuados para la contabilización de las operaciones generadas por la entidad, los cuales en el caso práctico se derivan tanto del contrato como de los manuales, así como en algunos casos se establece la necesidad de utilizar equipos de computación y sistemas especialmente creados para ello, teniendo también el establecimiento de los reportes y organigramas señalados, así como la descripción de funciones a realizar por cada uno de los puestos, ya que el conocimiento probado necesario para el desarrollo de la entidad con un formato de Franquicia hace posible el entendimiento total de la organización, pudiendo con ello cumplir con la primera fase del proceso.

Valuación: Se llevará a cabo mediante la asignación de valor en unidades monetarias de los recursos y obligaciones de la entidad generados del caso práctico, mediante el registro contable de esas transacciones, tomando en consideración los criterios proporcionados por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C..

Procesamiento: Se inicia con la elaboración de los Estados Financieros resultantes de la totalidad de las operaciones registradas de la entidad, basándose en las reglas de presentación de los mismos,

por lo que, derivado de las operaciones contables de la entidad, se desprende el desarrollo de la Balanza de Comprobación, y de ahí la generación de los Estados Financieros, sobre los cuales se establecieron ciertos análisis, cumpliendo con la tercera fase del proceso.

Evaluación: Cuarta fase del Proceso Contable realizada mediante el análisis e interpretación de los Estados Financieros examinando críticamente los resultados obtenidos.

Información: Quinta fase del Proceso la cual se cumple al difundir los Estados Financieros, así como su análisis de manera completa y oportuna a los directivos de la empresa, terminando con este último punto. El Proceso Contable.

Después de lo anterior puedo decir que la presente investigación cumple con los objetivos planteados de la manera siguiente:

-Objetivo general: Se estableció la forma en que el proceso contable retroalimenta las características administrativas de una Franquicia específicamente con la creación del Sistema.

-Objetivo particular: Se describió en los Capítulos III y IV, cómo a través de la aplicación del proceso contable se obtiene la información financiera, así como un flujo de información, lo cual es determinante para la toma de decisiones.

-Objetivo específico: Se estableció la propuesta dentro del

Capítulo IV, de cómo a través del Sistema desarrollado en base al proceso contable se genera un sistema de información financiera que aumenta la competitividad generada por una Franquicia.

Así pues los métodos empleados para su correcto desarrollo fueron: Inductivo-Analítico-Sintético-Analógico.

Puedo decir que la contribución del presente estudio radica en la forma en que se comprobó que el realizar un sistema de información financiero así como su correcto flujo, en base al proceso contable es determinante para la competitividad de las Franquicias dentro de las sociedades mercantiles mexicanas, teniendo el Lic. en Contaduría un papel trascendental en lo referente al tema ya que por el conocimiento sobre ello puede llegar a proponer asesorías en cuanto a su elección y manejo.

La Contabilidad juega también un papel importante en el establecimiento de un Sistema de Franquicia ya que conforma la base para ello, en cuanto a ciertos aspectos como el de información, el cual fue manejado dentro del presente estudio.

En base a las conclusiones derivadas del presente estudio, me permito establecer en el apartado siguiente, las recomendaciones.

RECOMENDACIONES.

Para el estudioso de la Contaduría es necesario que tome en cuenta el estar actualizado en cuanto al conocimiento de lo que nos ofrece el mundo actual, como es el caso de la Franquicia, así como los puntos en que se basa el desarrollo de la presente investigación, por lo que considero recomendable el estudio de este nuevo formato de negocio, para así confirmar las ventajas y desventajas que ofrece.

Cabe hacer mención que lo puntualizado en el presente estudio es lo que debería de ser teóricamente, puntos que en diversas Franquicias en ocasiones o pocas veces se han dado en la práctica, generando diversos problemas que van desde la falta de asistencia o apoyo, hasta la quiebra del establecimiento.

Es recomendable para las personas que pretendan adquirir una Franquicia o franquiciar un negocio que antes de tomar la decisión de hacerlo, es necesario conocer perfectamente los derechos u obligaciones que se generan, para poder hacerlos cumplir en la práctica, así como el funcionamiento de la misma, para lo cual es importante tener asesores especialistas en el ramo, pudiendo ser un Lic. en Contaduría el que ayude a tomar este tipo de decisiones, por su experiencia y conocimiento en su manejo.

En lo referente a información financiera específicamente en cuanto al Estado de Resultados, es importante tomar como recomendación el

manejar por departamento cada unidad de ventas, y no Estados Financieros separados, ya que estamos manejando una misma entidad o razón social, que solo implica varios puntos de ingreso generados por la misma Franquicia, obteniendo así un solo Balance General y tantos Estados de Resultados como unidades de venta existan.

Apendice A. Marco teórico.

EL SISTEMA DE INFORMACION CONTABLE DE UNA FRANQUICIA COMO DETERMINANTE DE LA COMPETITIVIDAD EN LAS SOCIEDADES MERCANTILES MEXICANAS.

Variable Independiente:

El sistema de información contable.

Variable Dependiente:

De la competitividad en las sociedades mercantiles mexicanas.

Importancia Social:

Radica en mostrar la forma en que una franquicia permite a una empresa desarrollar condiciones socio-económicas y formas de relación en un contexto mercantil cuya competitividad aumenta ante la entrada del Tratado de Libre Comercio, la franquicia presenta características contables y financieras relevantes en cuanto a su funcionamiento, el cual compromete la fuente de ingreso económico y desarrollos socio-económicos tanto a su personal como a la propia organización.

Importancia Teórica:

Establecer un proceso de sistematización, evaluación, procesamiento, valuación e información sobre aspectos financieros que permita optimizar los recursos generados por la presencia de una franquicia en una sociedad mercantil mexicana, por tanto establecer el proceso que de acuerdo a la contabilidad permita optimizar la información financiera, así como destacar el papel del Lic. en Contaduría en el seguimiento administrativo y funcional de las características y

necesidades de una franquicia desde su punto de vista.

Hipótesis central:

Si la información financiera se establece y define a partir de la aplicación del proceso contable y esta optimiza los resultados de una franquicia, por lo tanto una empresa mercantil mexicana tendrá mayor competitividad en el mercado, luego entonces a mayor aplicación del proceso contable mayor optimización de la información financiera así como de las características de una Franquicia al igual que mayor competitividad de una empresa mercantil mexicana en el mercado.

Hipótesis nula:

Si la información financiera se establece y define a partir de la aplicación del proceso contable y esta no optimiza los resultados de una franquicia, por lo tanto una empresa mercantil mexicana no tendrá mayor competitividad en el mercado luego entonces a mayor aplicación del proceso contable no hay mayor optimización de la información financiera así como de las características de una Franquicia al igual que tampoco mayor competitividad de una empresa mercantil mexicana en el mercado.

Objetivo general:

Establecer la forma en que un proceso contable retroalimenta las características administrativas de una franquicia de tipo mercantil mexicana.

Objetivo particular:

Describir como a través de la aplicación del proceso contable se obtiene la información financiera así como un flujo de información que determina la toma de decisiones de una empresa mercantil mexicana

en el contexto económico nacional.

Objetivo específico:

Establecer una propuesta que permita desarrollar en base al proceso contable un sistema de información financiera que retroalimente la competitividad generada por una franquicia en la empresa mercantil mexicana.

Objeto de estudio:

Acorde a la variable independiente planteada se considera que el objeto de estudio de la presente investigación es el flujo de información contable y financiera, en tal medida refiere a la descripción y funcionalidad de un proceso, esto es el proceso contable lo que permite ubicar acorde a la epistemología como dicho proceso en un objeto conceptual simple, ya que solo se describirá y se indicará la relación funcional necesaria para llevarlo a cabo.

Métodos:

a) Generales.- acorde al objeto de estudio se considera que los métodos generales de conocimiento a implementar son: Inductivo - Analítico - Sintético - Analógico.

b) Particulares.- Esos se definen acorde al establecimiento de un sistema de información financiera para una entidad económica.

Técnicas:

a) Generales.- Acorde a la parte teórica se considera necesario implementar.- Técnica de fichaje, elaboración de fichas tanto bibliográficas, hemerográficas como de trabajo, técnica de análisis de contenido.

b) Particulares.- Tomando en cuenta el proceso contable se consideran los procesos y métodos que acorde a las circunstancias que rodean el caso práctico, permitan definir e integrar el desarrollo de un proceso contable en cuanto a la sistematización de información financiera.

Ubicación:

a) Espacial.- Biblioteca ULA, biblioteca central UNAM, Biblioteca FCA, biblioteca CCP, biblioteca ULSA, biblioteca UIA.

b) Temporal.- Febrero de 1994 a Julio de 1994.

c) Delimitación teórica.- Es importante retomar para el desarrollo de esta investigación lo que es el proceso contable en cuanto a sus diferentes etapas y momentos, ya que esto permite definir el lugar de lo que en la investigación se considera información financiera así como su dimensión, elementos que en el proceso contable nos permiten definir el contexto de la investigación en cuanto a la contabilidad y el vínculo de esta con la contaduría, en tal medida hablar de el flujo de información contable y financiera permite establecer relaciones conceptuales y prácticas con el fenómeno de la franquicia así como el de la competitividad de una empresa mercantil mexicana, en tal caso estos fenómenos tienen como eje directriz tanto a nivel teórico como práctico, el proceso contable, proceso que delimita el alcance de esta investigación.

Limitaciones:

Se presenta por razones fuera de control un atraso de dos meses lo cual podría repercutir para el término de la investigación en el tiempo registrado.

APENDICE B Las franquicias		PAGO INICIAL		REGALIAS		PAIS DE ORIGEN
NOMBRE	PRODUCTO O SERVICIO	MAXIMO	MINIMO	OPER.	PUB.	
		(M\$)	(M\$)			
ALIMENTOS						
AGUA DE MESA JUNGHANS	AGUA DE MESA	100000	N/D	6	4	MEXICO
BASKIN-ROBINS	HELADOS, NIEVES Y PASTELES	0	0	0	3	EU
BING	HELADOS, NIEVES Y PASTELES	0	0	0	0	MEXICO
DAYLIGHT DONUTS	DOÑAS, PANADERIA	0	0	0	0	EU
DUNIHUN DONUTS	DOÑAS Y CAFETERIA	VARIABLE	VARIABLE	5	5	EU
GENERAL NUTRITION CENTER	PRODUCTOS NUTRICIONALES	83000	N/D	4	3	EU
HELADOS DE YOGURT DRIM	HELADOS DE YOGURT	28400	N/D	VARIABLE	N/D	MEXICO
HOLANDA	HOLADOS NIEVES PALETAS	0	0	0	3	MEXICO
JOHNNY ROCKETS	FUENTE DE SODAS AMERICANA	N/D	N/D	7	1	EU
LA BAGUETTE	PANADERIA, PASTERERIA	N/D	45000	2	0	MEXICO
LA BOUTIQUE DEL PAN	PAN PASTELES BOCADILLOS	50000	N/D	5	N/D	MEXICO
LA TABULA PIZZA	ALIMENTOS	84000	32000	4	4	MEXICO
LAS MIL Y UNA DONAS	ALIMENTOS	0	0	2	0	MEXICO
MOVENPICK	HELADOS TIPO SUIZO	0	0	0	2	SUIZA
NUTRISA	PRODUCTOS NATURALES	62304	31152	0	2	MEXICO
PAL. MANHATTAN. BLUE BELL	PALETAS, HELADOS PASTELES	N/D	N/D	0	3	MEXICO Y EU
YOGURT FRUZ	HELADOS DE YOGURT CÍFRUTA	30000	N/D	0	2	CANADA
AUTOMOTRIZ						
DAYTONA	AUTOPARTES	15000	N/D	0	0	MEXICO
MAACO AUTO PAINTING	HOJALATERIA Y PINTURA	77000	N/D	8	N/D	EU
PAYLESS CAR RENTAL	RENTA DE AUTOS	93456	18691	N/D	2	EU
PRECISION TUNE	MECANICA AUTOMOTRIZ	77000	N/D	8	8	EU
RHINO LININGS	REVESTIMIENTO POLIURETANO	30000	15000	0	0,5	EU
SPÉDEE OIL CHANGE	SERVICIO AUTOMOTRIZ	140185	93456	6	8	EU
ZEBERT TONY CAR	COSMETICA PROTECCION	77000	N/D	9	7,6	EU
BELLEZA Y ACCESORIOS						
LNWA	COSMETICOS Y ACCESORIOS	52959	N/D	5	5	MEXICO
NECTAR BEAUTY SHOP	PRODUCTOS DE BELLEZA	80000	48000	2,2	2,2	GRAN BRETAÑA
COMIDA RAPIDA						
ARBY'S	RESTAURANTE DE SERV.	126000	63000	6	5	EU
BENEDETTI'S PIZZA	PIZZA PEST Y ENTREGA	N/D	49000	5	3	MEXICO
BROADSTER FRIED CHICKEN	POLLO FRITO Y PIZZA	0	0	0	0	EU
CHICKEN EXPRESS	POLLO Y EMPAREGADOS	60000	N/D	4	5	MEXICO
CHURCH'S CHICKEN	POLLO FRITO	80000	80000	5	2	EU
DOMINO'S PIZZA	ENTREGA DE PIZZAS	86000	48000	6,6	4	EU
EL POLLO PERE	POLLO ASADO AL CARBON	66000	N/D	5	4	MEXICO
LAS FLAUTAS	TACOS DOBADOS Y AGUAS	70000	36000	6	1	MEXICO
MC DONALD'S	RESTAURANTE DE SERV.	70000	70000	5	8	EU
PIZZA DEL HEY	PIZZERIA	87500	N/D	5	4	MEXICO
RESTAURANTES TOLEDO	POLLOS, HAMBURGUESAS	62304	23264	6	1	MEXICO
SHAKY'S PIZZA-POLLO	COMIDA RAPIDA	83456	N/D	6	2	EU
SUBWAY	COMIDA RAPIDA	32300	32300	8	2,5	EU
SUJO EXPRESS	COMIDA RAPIDA CHINA	50000	N/D	5	5	EU
CONSTRUCCION, INSTALACION						
CONSTELL	ESTRUCTURA METALICA	249217	N/D	5	1	CANADA
KALMAR	MODA PARA EL HOGAR	0	0	0	0	MEXICO
PINTA PRISA	PINTURAS	0	0	N/D	2	MEXICO
STABILO GLASS OVERLAY	VITRALLS	N/D	171000	5	N/D	EU
EDUCACION Y CAPACITACION						
EXECUTIM	CAPACITACION INFORMATICA	N/D	85000	6-9	3	EU
FUTURE KIDS	COMPUTACION PARA NIÑOS	77800	77800	16	N/D	EU
NEW HORIZONS	CAPACITACION INFORMATICA	93000	50000	5	1	EU
ELECTRONICOS						
STEREN	COMPONENTES ELEC.	50000	50000	4	0,5	MEXICO
ENTRETENIMIENTO						
DIVERSIONES MOY	MAQUINAS DE ENTRET.	130839	N/D	5	2	MEXICO
JUNGLE JIM'S PLAYLAND	RECREACION	150000	N/D	7	N/D	EU
MAGIC PLACE	CENTRO DE DIVERSION	51000	34000	4	N/D	MEXICO
WIREFO	JUEGOS DE VIDEO	9	0	0	0	JAPON
PLAY AGAIN SPORTS	ARTICULOS DEPORTIVOS	60000	60000	6	2	EU
CENTROS DESARROLLO						
QYMBORÉE	DESARROLLO INFANTIL	85000	70000	6	N/D	EU

IPCH BY IPCH	GIMNASIO	31152	15576	N/D	N/D	EU
IONING POINT	CONDICIONAMIENTO FISICO	0	0	3	1	EU
HOTELERA						
HOLIDAY INN	HOTELES	1200	N/D	N/D	2	EU
HOTELES DAYS INN	HOTELES	233641	77880	6	1.6	EU
HOTELES MARCO POLO	HOTELES	823	N/D	4	3	MEXICO
HOWARD JOHNSON MEXICO	HOTELES	N/D	N/D	3.5	1.6	EU
IMPRESNTAS						
ALPHAGRAPHICS IMPRESNTAS	IMPRESNTA EN PAPEL	174452	N/D	N/D	0	EU
COPROYAL	COPIADO PROFESIONAL	58000	59000	6	2	MEXICO
FAS TSIGNS	ROTULACION Y SENALIZACION	74890	N/D	B	2	EU
KWIK KOPY IMPRESNTAS	IMPRESNTAS RAPIDAS	123000	N/D	7	2	EU
SION EXPRESS	ROTULOS LETREROS	71950	N/D	VARIABLE	N/D	EU
THE SIGNERY	ROTULACION POR COMP.	76000	N/D	B	2	EU
INMOBILIARIA						
RE/MAX MEXICO	BIENES RAICES	70000	35000	0	0	EU
MEJORAMIENTO AMBIENTAL						
ENVIRONMENTAL BIOTECH	PROB. AMBIENTALES	165000	N/D	0	5	EU
STEAMATIC SYSTEM SA CV	MEJORAMIENTO AMBIENTE	48000	16000	5-8	0	EU
MENSAJERIA Y PAQUETERIA						
MAIL BOXES ETC	SERV. POSTALES	86625	N/D	6	2	EU
PACKING STORE	EMPAQUE, ENVIO	78000	N/D	7	1	EU
MUEBLES Y ACCESORIOS						
DORMIMUNDO	COLCHONES PROD.	87500	N/D	B	2	MEXICO
OPTICAS						
OPTICAS DEVLIN	PRODUCTOS DE OPTICA	N/D	15576	0	6	MEXICO
VESTIDO, CALZADO						
ASPASIA BY MARTHA RIESTRA	ROPA Y ACCESORIOS DAMA	30000	N/D	N/D	3	MEXICO
GODRITH GAYNDR	CALZADO Y ACCESORIOS	31200	31200	6	2	MEXICO
D'PAUL	RENTA DE ROPA FINA	60000	35000	8	N/D	MEXICO
GLAMOUR LINGERIE	LENERIA, CORSETERIA	N/D	70400	0	2	MEXICO
IKER	ROPA PARA CABALLERO	50000	N/D	N/D	N/D	MEXICO
JULIO	ROPA DE DAMA	0	0	0	0	MEXICO
JUVIN S	ROPA PARA BEBES NIÑOS	78000	N/D	3	0	MEXICO
MODERN MODA DE 0 A 12 AÑOS	MODA EUROPEA CASUAL	0	0	0	3	MEXICO
M.D. MICHEL DOMIT	ROPA Y ACCESORIOS	160000	32000	0	7	MEXICO
THE ATHLETE'S FOOT	ZAPATOS Y ROPA DEPORTIVO	89000	N/D	4	0.5	EU
USA JEANS SHOP	ROPA CASUAL E INFORMAL	33000	24000	2	3	MEXICO
ZAPATERIA INFANTIL COQUETA	CALZADO PARA NIÑO Y NIÑA	40000	N/D	0	0	MEXICO
PUBLICIDAD						
PUBLICIBLOCK	ESPACIOS PUBLICITARIOS	50000	30000	10-15	N/D	MEXICO
RESTAURANTE						
BENIHANA	COMIDA JAPONESA	N/D	N/D	4	2	EU
CHAZZ	RESTAURANTE	165000	165000	6	N/D	MEXICO
FLASH TACO	RESTAURANTE-BAR	N/D	157900	5	1	MEXICO
FREEDAY SA CV	RESTAURANTE BAR	250000	200000	4	2	MEXICO
L'YNI'S	RESTAURANTE	N/D	60000	4	1	MEXICO
NEW YORK DELI AND BAGEL	RESTAURANTE	320000	100000	5	1	MEXICO
TACO INN	RESTAURANTE/TAFETERIA	25000	45500	4	1	MEXICO
WINGS	ALIMENTOS Y BEBIDAS	240000	N/D	N/D	N/D	MEXICO
YUPPIES SPORTS CAFE	RESTAURANTE-BAR	778904	N/D	4	2	MEXICO
SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MAINT.						
CERINO DOCTOR	LIMPIEZA	350000	65000	B	2	CANADA
CHEMBRY	LIMPIEZA Y PROTECCION	38000	38000	N/D	0	EU
DIRIACILN	SERVICIO LIMPIEZA	44000	30000	6	1	EU
JANI KING	SERVICIOS DE LIMPIEZA	178000	24000	10	2	EU
MIL ROOTER	ORENAJES FOSAS CAÑOS	49000	25800	7	2	EU
TINTORERIAS Y LAVANDERIAS						
DRYCLEAN-USA	TINTORERIA LAVANDERIA	78000	78000	5	3	EU
ECOCLEAN TINT. ECOLOGICA	TINTORERIA ECOLOGICA	77880	N/D	6	2	MEXICO
SUPREME USA CLEANERS	TINTORERIA Y GASTRONOMIA	0	0	0	0	EU
VOTO						
GREAT EXPECTATIONS	SERVICIO DE VIDEO	330000	N/D	10	N/D	EU
MULTIVIDEO	VENTA Y RENTA DE VIDEOS	171337	N/D	B	2	MEXICO

APÉNDICE C		TRATADOS PARA EVITAR LA DOBLE TRIBUTACION					
PAIS/ESTADO QUE GUARDAN	INTERESADOS EN NEGOCIAR	POR NEGOCIAR	EN NEGOCIACION	FIRMADOS	RATIFICADOS	EN VIGOR	
ALEMANIA				23 FEB 93	X		
ARGENTINA	X						
BARBADOS	X						
BELGICA				24 NOV 92			
BRASIL		X					
CANADA				8 ABRIL 91	8 JUL 91	1992	
COLOMBIA		X 1					
COREA			X 2				
COSTA RICA	X						
CHILE	X						
DINAMARCA		2-8 AGO 93					
ECUADOR				30 JUL 92			
ESPAÑA				24 JUL 92	X		
E.U.A.				18 SEP 92			
FINLANDIA		6-10 SEP 93					
FRANCIA				7 NOV 92	18 DIC 92	1993	
GUATEMALA	X						
GRECIA	X						
HUNGRIA		X					
INDIA		X					
ITALIA				8 JUL 91			
JAPON		X					
LUXEMBURGO	X						
MALASIA		X					
MARRUECOS	X						
NORUEGA			X 2				
PAISES BAJOS			X 2				
PERU	X						
POLONIA	X						
REINO UNIDO			X				
RUMANIA			X				
RUSIA	X						
SINGAPUR		18-22 OCT 93					
SUECIA				21 SEP 92	15 DIC 92	1993	
SUIZA			X 2				
TAILANDIA		X					
URUGUAY	X						
VENEZUELA		X 1					
1 EN MATERIA DE TRANSPORTE MARITIMO INTERNACIONAL							
2 NEGOCIACION CONCLUIDA							

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

-ARRAZOLA Monterola Diego.

"Entrevista del Editor".

Expansión.

Volumen: XXVI.

Número: 639.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1994.

-CALVO Langarica Cesar.

"Análisis e interpretación de Estados Financieros".

Edición: Séptima.

Editorial: P.A.C.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1990.

-ELIZONDO Lopez Arturo.

"El Proceso Contable, Contabilidad Segundo Nivel"

Edición: Quinta.

Editorial: E.C.A.S.A.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1988.

-GONZALEZ Calvillo Enrique, GONZALEZ Calvillo Rodrigo.

"Franquicias: La Revolución de los 90".

Editorial: Mc Graw Hill.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1994.

-GONZALEZ Calvillo Enrique.

"La Experiencia de las Franquicias".

Editorial: Mc Graw Hill.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1993.

-"Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado".

Edición: Primera.

Editorial: Selecciones del Reader's Digest.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1986.

-MENDIOLA Gerardo.

Expansión.

"Franquicias Rumbo a la Globalización".

Volumen: XXVI.

Número: 640.

Lugar de impresión: México.

Año: 1994.

- "Normas y Procedimientos de Auditoría".

Editorial: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Tomo: 2.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1994.

- PAZ Zavala Enrique.

"Introducción a la Contaduría".

Edición: Primera.

Editorial: E.C.A.S.A.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1988.

- "Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados".

Edición: Novena.

Editorial: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Lugar de impresión: Mexico, D.F.

Año: 1994.

- SANCHEZ Mónica.

"El Crecimiento de una Organización".

Servialimentos Publishing.

Número: 2.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1994.

-Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

"Convenio Para Evitar la Doble Tributación y Prevenir la Evasión Fiscal en Materia de Impuestos Sobre la Renta, Suscrito Entre México y Estados Unidos".

Veritas.

Número: 1469.

Lugar de impresión: México, D.F.

Año: 1994.

INDICE DE FIGURAS.

	Página
Figura 2.1 Expansión de las Franquicias en México.....	41
Figura 3.1 Flujo de información en una Franquicia.....	72
Figura 3.2 Tipos de Franquicias originadas contractualmente.....	77
Figura 4.1 Organigrama usual en una Franquicia.....	107
Figura 4.2 Reporte de ventas del día.....	108
Figura 4.3 Reporte de inventario del día.....	109
Figura 4.4 Reporte de concentrado de ventas.....	109
Figura 4.5 Reporte de corte a fin de periodo.....	110
Figura 4.6 Reporte de cálculo de regalías y publicidad.....	110
Figura 4.7 Balanza de comprobación.....	116
Figura 4.8 Balance general.....	117
Figura 4.9 Estado de resultados.....	118