

Las franquicias

Concepto de Franquicia

La definición dada por la Federación Europea es la siguiente: “ Se trata de un sistema de colaboración entre dos empresas distintas y jurídicamente independientes, ligadas por un contrato a través del cual una de ellas, el franquiciador, concede a otra, el franquiciado, el derecho de explotar en unas condiciones preestablecidas y bien determinadas, un negocio concreto (marca, fórmula comercial, producción...) materializado con un emblema específico, con carácter exclusivo dentro de un determinado ámbito geográfico y asegurado la prestación de una ayuda y unos servicios regulares, necesarios para llevar a cabo la explotación”.

La franquicia es un sistema comercial que permite explotar comercialmente una marca, servicio o producto con una imagen ya asentada, dentro de una red local, nacional o internacional. Se trata de una forma de cooperación empresarial de funcionamiento complejo, no basta contar con la financiación adecuada para abrir una franquicia, habrá que tener en cuenta muchos conceptos, ya que un error puede significar el éxito o el fracaso de la iniciativa.

Partes clave en la Franquicia

Los elementos clave y la función que desempeña cada uno de ellos en esta técnica.

? ***Franquiciador***

Es quién aporta la denominación social, nombre comercial, insignia y marca de fábrica, de comercio o de servicio, así como los conocimientos y experiencias (según la Asociación Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial, AIPPI, estos conocimientos y experiencias constituyen el saber hacer o know-how) de naturaleza técnica, comercial y administrativa, financiera u otro que se puedan aplicar en la práctica a la explotación de una empresa o al ejercicio de una profesión.

? **Franquiciado**

“Es el individuo o la sociedad que conforma el conjunto de cadenas de negocios (industria o distribución) que explotan la concesión (marca, producto, etc.) del franquiciador”.

El franquiciador debe reunir una serie de cualidades (en algunos casos los candidatos pasan por una rigurosísima selección), ya que el franquiciado utiliza a los franquiciados como piezas clave desde el momento en que éstos son los encargados de la venta de producto o prestación del servicio (En los franquiciados estará el éxito o el fracaso del negocio).

Tipos de Franquicias

Existen dos tipos de principales de franquicias: la franquicia “simple”, que otorga la licencia para operar un solo negocio en un determinado mercado, y la franquicia “maestra”, que permite el franquiciatario el derecho de otorgar a su vez la concesión de la misma franquicia a otras personas dentro de una determinada región. La empresa franquiciante cobra una cantidad inicial por el otorgamiento de la franquicia más un porcentaje de regalías sobre el total de las ventas efectuadas por el franquiciatario.

El pago inicial por el otorgamiento de la franquicia depende de muchos elementos y varía entre aproximadamente 8,000 dólares para un negocio de helados, hasta 300,000 dólares por un establecimiento de comida rápida de los más famosos.

Los contratos son libres y pueden incluir una gran variedad de cláusulas. Sin embargo, éstas son algunas de las más corrientes:

Obligaciones

El franquiciador se compromete a:

- Ceder la licencia de marcar y los signos de identificación de la misma: logotipo, colores corporativos, etc.
- Transmitir el saber hacer o “know-how” al franquiciado a través de diversos métodos: formación del personal, prestación de apoyo continuo, etc.
- Realizar una inversión publicitaria de la marca por un importe periódico pactado.
- Dar asistencia tecnológica.

Por su parte el franquiciado debe pagar un canon inicial y realizar unos desembolsos periódicos o royalties. Dichos royalties se pueden pactar como una cifra fija o bien como un porcentaje sobre las ventas. Además se compromete a:

- Preservar la imagen de marca de la empresa franquiciada manteniendo un comportamiento honesto y unos requisitos estéticos y de limpieza en los establecimientos.
- Respetar los métodos comerciales y el “know-how” transmitido.
- Adquirir los suministros del franquiciador, en muchas ocasiones, con exclusividad.
- Someterse al control del franquiciador.

Aspectos legales de la Franquicias

El artículo 142 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial indica que hay una franquicia cuando “con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue”.

El respaldo legal de la operación lo constituye el contrato de franquicia, que es un contrato mercantil, bilateral, oneroso, en virtud del cual el franquiciante le otorga al franquiciatario el derecho no exclusivo de usar su marca o nombre comercial a la vez que le transfiere el apoyo técnico necesario para la operación del negocio.

Los elementos principales que debe contener un contrato de franquicia son los siguientes:

- **Objeto**: debe incluir todo lo referente a la marca o nombre comercial objeto de la licencia y al auxilio técnico que debe aportar el franquiciante para la operación del negocio.
- **Vigencia**: La que haya sido determinada por las partes. Usualmente se celebran a los 10 años.
- **Derechos y obligaciones**: la expresión escrita de los compromisos a los que se obligan ambas partes, incluyendo el importe o porcentaje de las regalías que se hayan pactado, aspectos referentes a la confidencialidad de la información, manuales de operación del negocio, sistemas administrativos, cláusulas de incumplimiento, penas convenidas, etc.

Aspectos contables de las Franquicias

El aspecto contable de las franquicias debe ser analizado desde dos diferentes aspectos:

a) *El franquiciante*

Para el franquiciante, los costos de investigación y desarrollo de su producto (la tecnología de la franquicia) constituyen prácticamente un crédito mercantil que se ha generado durante un largo periodo. Estos costos de desarrollo de la tecnología que incluyen sueldos del personal, costos de materiales consumidos, depreciación de equipos, aplicación de costos indirectos, amortizaciones, etcétera, deben ser cargados al estado de resultados del ejercicio en que se incurran, de acuerdo con lo establecido en el Boletín C-8, *Intangibles*, del IMCP.

El ingreso generado por el otorgamiento de la franquicia debe ser acreditado al estado de resultados desde el momento en que se adquiere el derecho de cobro del mismo, independientemente de la fecha en que se pague, cuando el pago es posterior a la firma del contrato.

La única excepción radica en el caso de que el contrato con el franquiciatario estipule el derecho a la devolución de parte del dinero pagado por la franquicia en caso de terminación anticipada del convenio. En estos casos, de acuerdo con la experiencia y criterio de la empresa franquiciante, sería válido reconocer los ingresos sobre la base de lo devengado. Los ingresos por regalías también deben ser reconocidos en el estado de resultados, con base en los reportes de ventas y regalías que envíe periódicamente el franquiciatario.

b) El franquiciatario

Para el franquiciatario, el importe pagado inicialmente por la obtención de la franquicia, así como los gastos incurridos para su adquisición, deben recibir el tratamiento de un activo intangible denominado "Inversiones en Franquicias", o algún otro similar.

Por el hecho de constituir un activo no circulante debe ser amortizado con cargo al estado de resultados durante un plazo igual a los años por los que se le haya otorgado el derecho de uso.

Los pagos que efectúe por concepto de regalías deben cargarse a los resultados, conjuntamente con el registro del pasivo, en el periodo en el que se hayan efectuado las ventas que los originaron, independientemente del momento en que se paguen.

ESTADOS FINANCIEROS

Informes Financieros y Administrativos

El sistema de información de toda entidad debe tener la capacidad suficiente para producir informes que sean útiles a los diversos usuarios para la toma de decisiones respecto de dicha entidad. Esta información puede ser de dos tipos, de acuerdo con las necesidades del usuario hacia el que se dirigen:

a) Información administrativa: es el conjunto de informes que produce el sistema contable. Está dirigido a satisfacer las necesidades de la administración de la empresa, es decir, del usuario interno. Esta información debe ser diseñada de acuerdo con los requerimientos del usuario. La información que surge de este subsistema es utilizada para la planeación, la organización, la dirección y el control, tanto en la alta dirección como a los diferentes niveles de la empresa. Junto con los presupuestos, la contabilidad de costos es el principal ejemplo representativo de este tipo de información.

Un sistema de costeo variable es casi imprescindible para la generación de algunos informes especiales sobre costos marginales, decisiones de incremento de planta, capacidad ociosa,

punto de equilibrio etc.

b) Información financiera: la contabilidad financiera, parte del sistema de información de la empresa que produce los informes o estados, tiene la finalidad de servir a los usuarios externos a la entidad. Otro de sus objetivos es proporcionar información sobre la situación financiera de la empresa en determinada fecha, además de los resultados de sus operaciones y los cambios en su situación financiera en el periodo contable terminado. Debido a la diversidad de usuarios de esta información (accionistas, banca, fisco, proveedores, acreedores...).

Informes económicos conocidos como estados financieros:

- Balance general o Estados de situación financiera.
- Estados de resultados.
- Estados cambios en la situación financiera.
- Estado de variación en el capital contable o en la inversión de las accionistas.

Las notas que los acompañan son parte integrante de los mismos. La información de los estados financieros debe servir para:

- Tomar decisiones de inversión y de crédito. Los principales interesados al respecto serían los que puedan aportar financiamiento como capital o crédito a la empresa. Este grupo estará interesado en medir la capacidad de crecimiento y estabilidad de la empresa y su redituabilidad, para asegurar su inversión, la obtención de un rendimiento y la recuperación de esta inversión.
- Aquilatar la solvencia y liquidez de la empresa, así como su capacidad para generar recursos. Aquí tendrán interés los diversos acreedores, principalmente quienes han otorgado préstamos, así como los propietarios, quienes quieren medir el posible flujo de dinero hacia ellos derivado de los rendimientos.
- Evaluar el origen y las características de los recursos financieros del negocio, así como el rendimiento de los mismos. En esta área el interés es general, pues todos están interesados en conocer de qué recursos financieros dispone la empresa para llevar a cabo sus fines, cómo los obtuvo, cómo los aplicó, y finalmente qué rendimiento ha tenido y puede esperar de ellos.
- Por último, formarse un juicio de cómo se ha manejado el negocio y evaluar la gestión de la administración, a través de una evaluación global de la forma en que ésta maneja la rentabilidad, solvencia y capacidad de crecimiento de la empresa.

Se entiende que se satisface al usuario general de la información, si los estados financieros son suficientes para que una persona con adecuados conocimientos técnicos, pueda formarse un juicio, entre otros sobre:

- el nivel de rentabilidad;
- la posición financiera que incluye su solvencia y liquidez;
- la capacidad financiera de crecimiento;
- *el flujo de fondos.*

Por medio de esta información y de otros elementos de juicio, el usuario general podrá evaluar el futuro de la empresa y tomar decisiones de carácter económico sobre la misma.

El fenómeno inflacionario origina su deteriora de la significación de los estados financieros. El concepto de valor histórico con el cual se registran las operaciones de la empresa pierde representatividad en los valores actuales de los activos. Por ejemplo, una empresa que inició sus operaciones y adquirió sus activos fijos en 1975 se encuentra con que el valor de reposición de esos bienes quince años más tarde es de más de veinte veces el valor histórico. Si una de las finalidades de los usuarios de la información financiera es evaluar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos, la sola información del valor histórico pierde su utilidad por completo.

Por otra parte, las técnicas de análisis financiero necesitan información histórica de varios períodos con el fin de conocer la tendencia de los diversos rubros de los estados financieros, tales como las ventas, el total de activos, el capital, las utilidades, etc.

La comprobación de cifras expresadas en pesos de diferente poder adquisitivo puede llevar a conclusiones equivocadas.

Las altas tasas de inflación sufridas durante finales de la década de los setenta, y casi toda la década de los ochenta, obligó a la profesión contable organizada a emitir pronunciamientos normativos con respecto al reconocimiento contable de los efectos de la inflación sobre la información contenida en los estados financieros.

En 1979, emitió el Boletín B-7, Revelación de los efectos de la inflación en la información financiera, mediante el cual hacia obligatoria la revelación, como una información complementaria, de los importes de algunos rubros de los estados financieros a pesos de poder de compra equivalente al de la fecha de cierre de los mismos. Posteriormente, en 1984, se emitió el Boletín B-10, Reconocimiento de los efectos de la inflación en la información financiera, el que ya considera como estados financieros básicos los que presentan la información financiera actualizada en términos de poder adquisitivo.

Este boletín plantea dos enfoques distintos acerca del reconocimiento contable de la inflación:

1. El método de ajuste por cambios en el nivel general de precios, que consiste en corregir la unidad de medida empleada por la contabilidad tradicional, utilizando pesos constantes en lugar de pesos nominales.
2. El método de actualización de costos específicos, llamado también valor de reposición, el cual se funda en la medición de valores que se generan en el presente, en lugar de valores provocados por intercambios realizados en el pasado. La información obtenida por cada uno de estos métodos no es comparable debido a que parten de bases diferentes y emplean criterios fundamentalmente distintos.

Debido a su significación, los rubros que deben actualizarse son los siguientes:

- Inventarios y costo de ventas.
- Inmuebles, maquinaria y equipo, depreciación acumulada y depreciación del periodo.
- Capital contable.

Además deben determinarse:

- El resultado por tenencia de activos no monetarios (cambio en el valor de los activos por causas distintas a la inflación).
- El costo integral de financiamiento (que incluye los intereses, los resultados por fluctuación cambiaria y el efecto por posición monetaria).

El efecto por posición monetaria se origina porque, en épocas inflacionarias, los activos y pasivos monetarios (efectivo, cuentas por cobrar, cuentas por pagar,...) pierden su valor adquisitivo o poder de compra y, al mismo tiempo, mantienen su valor nominal.

Debido a la crisis económica iniciada en diciembre de 1994, el escenario económico cambió totalmente, por lo que a petición de los miembros del Instituto Mexicano de Contadores Públicos/se publicó en enero de 1997 el Addendum al Quinto documento de Adecuaciones al Boletín B-10 en el que se ratifica el método de Cambios" en el Nivel General de Precios y se difiere la aplicación del Quinto Documento de Adecuaciones al Boletín B-10, a partir del 1 de enero de 1997.

En el mismo mes se emitió un nuevo el Quinto Documento de Adecuaciones al Boletín B-10 (modificado), que sustituye al documento original y en el que se establecen las reglas que permiten utilizar costos de reposición para reconocer los efectos de la inflación sobre los inventarios y el costo de ventas, y de indexación específica para maquinaria y equipo y su depreciación, y se sustituye el concepto de valor de uso por el de valor de recuperación. Este

documento entró en vigencia a partir del 1 de enero de 1997.

Como puede observarse, la normatividad referente al reconocimiento de la inflación en los estados financieros ha sufrido durante los últimos años un largo y azaroso camino.

Por lo anterior, puede concluirse que la información financiera presentada en los estados financieros, por ser información de tipo económico, debe adecuarse a los cambios en el entorno que afecta a las empresas, buscando siempre cumplir con la finalidad de ser útil para el usuario general.