

## CONSIDERACIONES FINALES

1. El contenido obligacional de los contratos analizados coincide, esencialmente, guardando las diferencias, con el contenido del artículo 142 de la Ley la Propiedad Industrial, puesto que, contiene cláusulas a través de las cuales se otorga una licencia de uso de una marca, se transmitan conocimientos técnicos y se proporciona asistencia técnica, para vender bienes y 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.

2. No obstante existen una serie de cláusulas que limitan seriamente algunos derechos que el régimen jurídico mexicano otorga, sobre todo la libertad de comercio,<sup>39</sup> y administración,<sup>40</sup> como es el caso de la imposición de un plan de negocios; la fijación unilateral de los precios de venta al público, lo que implica un acto de administración; la limitación en materia de ventas de flotillas, lo que subordina administrativamente al franquiciatario, distribuidor o concesionario, frente al franquiciante u otorgante de la distribución o concesión; lo relacionado con el plan de negocios o la imposición de lineamientos y que en caso de desacuerdo puede llevar a la res-

<sup>39</sup> Artículo 5o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que establece que a ninguna persona podrá impedirse que se dedique al comercio que le acomode siendo lícito.

<sup>40</sup> Artículo 10 de la Ley General de Sociedades Mercantiles: “La representación de toda sociedad mercantil corresponderá a su administrador o administradores, quienes podrán realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad, salvo lo que expresamente establezcan la Ley y el contrato social.

cisión del contrato; la imposición de políticas y procedimientos de mercado, ventas (incluido el precio de venta de los vehículos y servicios, servicios, etcétera.; la intervención directa de las armadoras en las decisiones de capital de las distribuidoras o franquiciatarias o concesionarias; la imposición de reglas para el manejo de inventarios; las obligaciones de construir inmuebles con ciertas características; en algunos casos, la obligación de comprar de mobiliario y equipos; subordinar la política de recursos humanos a la armadora; la imposición de sistemas de gestión administrativa; la evaluación que realiza la armadora de los negocios de los distribuidores o concesionarios, que e incluso permite que las armadoras realicen auditorías o revisiones, entre otras.

3. Todo lo anterior podría configurar, en forma limitada, un contrato atípico de sociedad mercantil en participación, entendido como el contrato a través del cual una persona concede a otras que le aporten bienes o servicios, una participación en las utilidades y pérdidas de una negociación mercantil o de una o varias operaciones de comercio,<sup>41</sup> es atípico porque, aunque el franquiciante interviene en las decisiones relacionadas con la integración del capital y la administración, lo que es propio de los socios de una sociedad mercantil, no obtiene participación ni en las utilidades ni en las pérdidas, aunque si se reserva una amplia gama de poderes en la decisión del negocio.

Además, coexisten otros contratos en el de franquicia, como son los de prestación de servicios, de comodato y de crédito; también, las armadoras se reservan una serie de acciones, como son las de auditoría y revisión de papeles contables, lo que es propio de los comisarios en las sociedades mercantiles. Por lo que podríamos estar en presencia de contratos coaligados.

<sup>41</sup> Artículo 252 de la Ley General de Sociedades Mercantiles: “La asociación en participación es un contrato por el cual una persona concede a otras que le aportan bienes o servicios, una participación en las utilidades y en las pérdidas de una negociación mercantil o de una o varias operaciones de comercio”.

4. Por otra parte, se establece un oligopolio,<sup>42</sup> puesto que las armadoras obligan a los distribuidores, franquiciatario o concesionarios a adquirir ciertos bienes sólo con ellas y se le prohíbe vender productos de otras marcas.

5. Por último, podemos considerar que varias características de los contratos coinciden con los de adhesión, en donde una de las partes unilateralmente impone a la otra el contenido de las cláusulas.

6. Del análisis de la legislación de los Estados Unidos de América, en particular de los estados de California, Florida y Michigan, destacan las soluciones que en ese país se ha dado a temas que están presentes en la legislación nacional, como los son la prohibición al condicionamiento para la venta de automotores, las amenazas o coerción en las que se incurre en la industria; el trato discriminatorio o desigual para los distribuidores; la fijación de precios y otras condiciones que afectan a los consumidores; el tema de las ventas directas de los fabricantes; los servicio posventa, las garantías, refacciones y mantenimiento; lo relacionado con las nuevas agencias, el tema de las concesiones o franquicias; la conclusión o modificación de la relación contractual; la cesión, transferencia o herencia de la concesión o franquicia, y solución de conflictos y penalidades, con experiencias que se podrían aplicar, con pequeñas modificaciones legislativas, a nuestro país.

Destaca también, la existencia del organismo denominado New Motor Vehicle Borrad que realiza funciones de autoridad en la materia y constituye un mecanismo ágil para la solución de controversias entre los fabricantes y distribuidores, con una integración en la que participan los distribuidores, el gobierno y los consumidores. También es trascendente señalar que este organismo es autárquico, esto es, que obtiene sus propios recursos, por lo que no genera carga al erario.

<sup>42</sup> Concentración de la oferta de un sector industrial o comercial en un reducido número de empresas.