

VÍCTOR HUGO CHANDUVÍ CORNEJO

# LA GESTA DEL COMERCIANTE

Doctrina y legislación  
del Derecho mercantil



FONDO EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO



**VÍCTOR HUGO CHANDUVÍ CORNEJO**

# **LA GESTA DEL COMERCIANTE**

**Doctrina y legislación  
del Derecho mercantil**

**FONDO EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO**

## **LA GESTA DEL COMERCIANTE**

© Víctor Hugo Chanduví Cornejo

Editado por:

© UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

Av. América Sur N° 3145,

Urb. Monserrate, Trujillo, Perú

Teléfono (51) 44 604444, anexo 2087

[www.upao.edu.pe](http://www.upao.edu.pe)

Primera edición, versión digital, **junio 2022**

ISBN N° 978-612-4479-28-1

# ÍNDICE

<b>11</b>	PRESENTACIÓN
<b>15</b>	<b>CAPÍTULO I</b>
	<b>EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO Y DEL DERECHO COMERCIAL</b>
<b>16</b>	1.1. Marco histórico
<b>18</b>	1.2. Evolución histórica del comercio y del Derecho Comercial
	1.2.1. Edad Antigua
	1.2.1.1. Las Leyes de Wisbuy
<b>19</b>	1.2.1.2. La guía del mar
	1.2.1.3. Ordenanzas marítimas de la Hansa teutónica
	1.2.2. Edad Moderna
<b>31</b>	<b>CAPÍTULO II</b>
	<b>EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS DE COMERCIO EN EL DERECHO COMPARADO</b>
<b>32</b>	2.1. El comerciante
<b>34</b>	2.2. El comerciante en el sistema francés
<b>35</b>	2.3. El comerciante en el sistema español

<b>37</b>	<b>CAPÍTULO III</b> <b>EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS DE COMERCIO EN EL</b> <b>CÓDIGO DE COMERCIO PERUANO DE 1853</b>
<b>38</b>	3.1. El comerciante y los actos de comercio en el Código de Comercio peruano de 1853
<b>42</b>	3.2. Características del Código de 1853
	3.3. Causas para la extinción del Código de 1853
	3.4. Las ordenanzas de Bilbao
<b>45</b>	<b>CAPÍTULO IV</b> <b>EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS DE COMERCIO EN EL</b> <b>CÓDIGO DE COMERCIO DE 1902</b>
<b>49</b>	<b>CAPÍTULO V</b> <b>Estructura Orgánica y Funcional del Estado</b>
<b>51</b>	5.1. La empresa
<b>52</b>	5.2. Fondo empresarial
<b>53</b>	5.3. El empresariado
<b>54</b>	5.4. Actividad empresarial
	6. El ecosistema y las diferentes estructuras de encuadre
<b>59</b>	<b>ANEXO</b> <b>GLOSARIO DE DERECHO MERCANTIL</b>





*A mi maestro, padre y amigo:  
Don Victor Manuel Chanduvi Llerena que en paz descansa.*

*A mis hijos:  
Victor Manuel, Daphne Beatriz y Sofia Andrea.*

*A mi esposa:  
Beatriz J. Marlene*

*A mi adorada madre:  
Olga en un intento por alcanzar la paz y a Dios.*

*A mis alumnos del curso de Derecho Comercial de la Facultad de Derecho y Ciencias  
Políticas de la Universidad Privada Antenor Orrego como testimonio de amistad y afecto.*



## PRESENTACIÓN

Levin Goldschmidt define al mercader, sin *animus injuriandi*, como un “ser sin patria” que en el ejercicio de sus actividades recorre vastos espacios geográficos actuando como poderoso catalizador no solo del desarrollo económico y social sino de la propia civilización occidental. La búsqueda de nuevas rutas para el comercio impulsó al hombre a emprender la aventura de los descubrimientos que transformaron el mundo. Con este mismo brío los comerciantes crearon desde fines de la Edad Media los rudimentos de normas y reglas inspiradas en la costumbre hasta configurar los primeros códigos de comercio en la Edad Moderna y contemporánea.

En la elaboración de las primeras normas mercantiles los comerciantes se inspiraron en su propia experiencia y no en disquisiciones teóricas. Pragmáticos por naturaleza crearon una normatividad que se ajustaba a la realidad, generaba efectos positivos y garantizaba la seguridad jurídica, condición *sine que non* en los cada vez más vertiginosos intercambios comerciales.

Basta con señalar, por ejemplo, que en nuestra voluble legislación las Ordenanzas de Bilbao (1737) rigieron durante más de un siglo – hasta 1853 cuando se promulgó el primer Código de Comercio- y sus disposiciones todavía reverberan en algunas normas contemporáneas. El Derecho Mercantil ha sido creación heroica de sus protagonistas, los esforzados e intrépidos comerciantes, y de ser una rama desgajada del Derecho Civil ahora goza de boyante autonomía, buenos reflejos para reaccionar o proyectarse al futuro y reconocido estatus en las ciencias jurídicas.

Desde sus orígenes los comerciantes al legislar empíricamente sobre sus propios quehaceres contribuyeron a desmentir la inveterada superstición que concibe a la ley como una varita mágica que puede resolver los intrincados problemas de las cada vez más complejas actividades mercantiles. Aferrados al más prosaico sentido de la realidad, los anónimos legisladores del Derecho Mercantil no codificado afrontaban los más arduos intrínquilis de esta rama del Derecho. Y lo hacían optando por las fórmulas abiertas, los criterios flexibles, el más terco pragmatismo para conceptualizar, caracterizar y clasificar conceptos clave como el de comerciante y el de las actividades de comercio.

Así las actividades del Derecho Mercantil están reguladas en los códigos de comercio. En nuestro país hemos tenido dos códigos de comercio: el de 1902 (aún vigente) y su antecedente el Código de Comercio de 1853. El primer Código de Comercio peruano fue aprobado 32 años después de la independencia. Ambos códigos fueron adaptaciones de los códigos de comercio españoles de 1829 y de 1885.

El Código de Comercio de 1902 reflejaba el concepto que los antiguos juristas tenían sobre las leyes comerciales. De acuerdo con los principios de la ciencia jurídica este código regía todos los actos y operaciones mercantiles cualesquiera que sea el estado o progresión de las personas que los celebraban. Por eso desde el primer artículo este código concedía mucha importancia a las formas y solemnidades para adquirir la calidad de comerciante. Así tanto la calificación como las formas y solemnidades adquirieron relevancia, además de la inscripción de la matrícula y el registro de los que dependía muchas veces la eficacia de los comerciantes y de sus actividades.

El segundo artículo, en cambio, se fija principalmente en la naturaleza de los actos o contratos para atribuirles o no la calificación de mercantiles, con independencia de las personas que intervienen, sin limitar su número a los que taxativamente consignó el legislador del antiguo Código.

Según la legislación anterior no se conocían más actos comerciales que los calificados previamente por el legislador y se consideraban comerciantes a los inscritos en la matrícula como tales, previos los requisitos establecidos, y a los que ejercían habitualmente actos positivos de comercio declarados por la ley. En el Código de 1902 se reputan comerciantes todas las personas capaces de contratar y obligarse que ejercen habitualmente actos que merecen el nombre de mercantiles, aunque el legislador no se haya ocupado de ellos.

Comparados ambos sistemas salta a la vista la superioridad del adoptado por el nuevo código, pues con este sistema se agranda considerablemente la esfera del Derecho Mercantil, abarcando en sus fronteras un sinnúmero de transacciones que antes habían pasado inadvertidas para el legislador. Este avance es una consecuencia forzada del extraordinario e incesante desarrollo que en nuestro siglo ha registrado el afán de lucro o especulación. Por eso en los tiempos modernos han podido realizarse las grandes transformaciones que se han verificado en beneficio del individuo y de la sociedad.

El Derecho debe seguir este desarrollo para cumplir con su alta misión. Porque si en los tiempos antiguos el Derecho Mercantil solo comprendía algunas leyes marítimas, más tarde adoptó algunas reglas propias y especiales de los nuevos contratos. De esta manera cada día más se convierte de un derecho excepcional o particular-rama civil en la que hace poco estaba incluido- a un derecho propio e independiente, con principios fijos derivados del Derecho Natural y de la índole de las obligaciones mercantiles.

Otro de los desafíos que se plantea la ciencia jurídica moderna consiste en definir los actos de comercio. La ciencia jurídica moderna ha ensayado la redacción de varias fórmulas: unas basadas en la definición científica y otras en la enumeración de los actos comerciales. Este último método seguido por el Código italiano presenta el inconveniente de cerrar la puerta a combinaciones hoy desconocidas aun en el supuesto que fuera completa la lista de las operaciones mercantiles.

Así lo atestigua elocuentemente la historia de los últimos cincuenta años. Y en cuanto al primer método, que ya es antiguo dogma jurídico, toda definición en derecho es peligrosísima. La discusión de diversas fórmulas puso de relieve que se comprendían actos de la vida civil en la categoría de comerciales. En vista de tales dificultades se decidió por una fórmula práctica, exenta de toda pretensión científica; pero tan comprensiva que en una sola frase enumera o resume todos los contratos y actos comerciales conocidos hasta ahora, y tan flexible que permite incluir en el Código diversas combinaciones del futuro.

Acontece a menudo que es muy difícil, por no decir imposible, abarcar en una clasificación hecha a priori un orden determinado de fenómenos o hechos jurídicos. Y, sin embargo, es cosa fácil clasificarlos a posteriori, distinguiendo su verdadero carácter a medida que se van presentando. El Código vigente prescribe que son actos de comercio todos aquellos que menciona el Código y cualesquier otro de naturaleza análoga; dejando la clasificación de los hechos, según vayan apareciendo en la escena mercantil, al buen sentido de los comerciantes y a la experiencia y espíritu práctico de los jueces y magistrados.

Este libro consta de cinco capítulos que pasamos a reseñar seguidamente. En el primer capítulo, denominado “Evolución histórica del comercio y del Derecho Comercial”, se hace un recuento desde la Edad Antigua hasta la Edad Moderna. También se estudia al comerciante y a los actos de comercio en el Derecho comparado, sobre todo en el sistema jurídico francés y español. Estas dos instituciones son estudiadas a la luz de los códigos de comercio peruanos de 1853 y de 1902, así como en el proyecto del nuevo Código de Comercio.

Los capítulos segundo y tercero tratan sobre el comerciante y los actos de comercio en el Derecho comparado y en el Código de Comercio peruano de 1853. En el cuarto capítulo se analiza al comerciante y a los actos de comercio en el Código de Comercio de 1902. Y en el quinto capítulo la figura del comerciante y los actos de comercio en el proyecto de nuevo Código de Comercio- Ley marco del empresariado.

También analizamos las modificaciones al Código de Comercio de 1902 (aún vigente). Citamos a continuación algunas de ellas:

1. La Ley de Sociedades Mercantiles N° 16123, transformada en su denominación y estructura por el Decreto Legislativo N° 311, derogó los artículos 124 al 181, 211 al 236 y 960 a 985 del Código de Comercio.
2. La Ley N° 16587 (Ley de Títulos Valores) derogó los artículos 439 al 556 del Código de Comercio relacionados con las letras de cambio, pagarés, vales a toda la orden y cheques.
3. La ley de Registro Fiscal de Ventas a Plazos, la Ley de Almacenes Generales de Depósitos y el Decreto Ley No 18353 modificado por el Decreto Legislativo N° 211 (ley normativa del mercado bursátil) y éste a su vez derogado por el Decreto Legislativo N° 755- Ley de Mercado de Valores- y su modificatoria (Ley N°26172) que introdujeron importantes innovaciones en el texto original del Código de Comercio.
4. La Ley Procesal de Quiebras N° 7566 derogada por la Ley de Reestructuración Empresarial Ley N° 26116 modificó el Libro Cuarto del Código de Comercio que trata sobre la suspensión de pago, las quiebras y las prescripciones contenidas en los artículos 883 al 952 y la sección primera.
5. La Ley de Reestructuración Empresarial fue derogada el 21 de setiembre de 1996 por el Decreto Legislativo N° 845 -Ley de Reestructuración Patrimonial- y este ha sido modificado el 24 de junio de 1999 por la Ley N°27146 -Ley de Fortalecimiento del Sistema de Reestructuración Patrimonial. El primero de noviembre de 1999 fue expedido el Decreto Supremo N° 014-99- ITINCI que aprobó el texto único ordenado de la Ley de Reestructuración Patrimonial.

Finalmente, el Código Civil de 1984, el Código Procesal Civil (Decreto Legislativo N°768) y la Ley General de Instituciones Bancarias, Financieras y de Seguros (Decreto Legislativo N°770 del 30 de octubre de 1993) derogaron algunos artículos del Código de Comercio.

CAPITULO I

# **EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO Y DEL DERECHO COMERCIAL**

---

## 1.1. MARCO HISTÓRICO

El comercio ha jugado un papel importante en la gestión económica productiva tras la independencia de España.

Según Sánchez Cornejo (1963), la consolidación de los derechos de los comerciantes y el robustecimiento de la jurisdicción determinaron que esos derechos y esta jurisdicción se mantuvieran incluso después de la Independencia. No sólo se buscó una conjunción armónica de las normas ius comerciales -de acuerdo con el tratadista español-, sino también la posibilidad de simplificar la tarea mercantil. De la misma opinión jurídica es León Montalbán<sup>31</sup>(1964), quien sostiene que la normatividad consular continuó ejerciendo influencia en las instituciones privadas comerciales.

Examinando los sistemas legales se halla una triple distinción: El Derecho consuetudinario predominó en la Edad Media, el Derecho colonial con su orientación recopiladora y el Derecho codificado que es peculiar de los tiempos contemporáneos.

La existencia de Códigos, en el sentido moderno, no se llega a concebir hasta fines del siglo XVII; pero se divulga a principios del siglo XIX. A fines del siglo XVIII regía el Estado absoluto. Convivían con él una serie de dificultades de orden jurídico: en un mismo Estado se daba el caso de un derecho nacional y un derecho señorial, o sea aristocrático, y derechos territoriales correspondientes a determinadas regiones y derechos municipales. Al desarrollo de la unificación contribuyó la teoría jusnaturalista consagrando que el fundamento del Derecho es la razón y que por consiguiente el Derecho puede enunciarse en forma escrita y coordinada. El filósofo Leibniz planteó la conveniencia de los códigos secundado por el jurista y profesor Wolff. Esta aspiración se concretó con la dación del Código austriaco (1767) y prusiano (1794).

Luego aparece el Código de Napoleón que es impuesto a los países conquistados por la espada del general francés. Ante esta invasión jurídica surge el nacionalismo alemán y como fruto de esta coyuntura nace la "Escuela histórica" de Savigny, con su teoría de que la codificación obstaculiza el proceso del derecho que es un fenómeno espontáneo y popular.

Detenida la corriente codificadora en Alemania, recibió, sin embargo, impulso favorable con el Código de Napoleón, que fue llevado a diversos países europeos. No obstante la fascinación francesa y el movimiento a favor de la codificación durante los primeros treinta años de la vida republicana, en el Perú continuó el Derecho Colonial en su forma recopilada. Los legisladores peruanos fueron prolíficos en expedir constituciones, pero se mostraron indiferentes o impotentes para dar códigos. No era mejor la situación en los demás países americanos.

La transformación del Derecho privado empieza a operar dentro de las disposiciones tomadas por los primeros gobiernos del Perú Independiente, sea en la forma de constituciones, leyes o decretos.

Por lo que a Bilbao respecta, aunque algunos autores se refieren a unas "ordenanzas" que datan de 1399, los datos históricos comprobados se refieren a una primera norma de la "Casa de contratación" de Bilbao de 1459.

El 2 de diciembre de 1737, Felipe V aprobó las últimas y más completas Ordenanzas de Bilbao, antecedente de los códigos de comercio. Faustino Álvarez de Manzano, Adolfo Bonilla y Emilio Miñana sostienen que las ordenanzas regulan todas las instituciones del comercio en general, y nada hay que racionalmente se oponga a considerarlas como un verdadero "Código".

En efecto, las ordenanzas de 1737 constaban de 29 capítulos con 723 números o artículos y su relación capitular ya explica claramente su carácter de legislación general mercantil.

Cuando las Cortes de Cádiz, en 1810, acordaron el nombramiento de una comisión para redactar el primer Código de Comercio general de España, las Ordenanzas de Bilbao ya eran reconocidas ipso facto como tal. La aceptación de este hecho fue acierto de Pedro Sainz Andino, quien en 1829 elevó una exposición al rey señalándole la urgencia de promulgar un Código de Comercio y ofreciendo un proyecto basado en una mixtura entre las Ordenanzas de Bilbao y el Código francés.

Oído el parecer de los expertos, el proyecto de Sainz de Andino fue aceptado, promulgándose como Ley del Reino el 30 de mayo de 1829, para que entrara en vigor el 1 de enero de 1830. El gran jurista francés Pardessus opinó que este código es mucho más perfecto que todos los que habían salido a luz hasta entonces. Esta alta estatura jurídica mercantilista se logró por la influencia de las bases técnicas de las Ordenanzas de Bilbao de 1737.

Estas Ordenanzas rigieron en el Perú hasta el 15 de junio de 1853 cuando se promulgó el primer Código de Comercio del Perú. Un año antes las autoridades habían dispuesto la adopción del Código de Comercio español de 1829. Este código era, en realidad, una combinación de las Ordenanzas de Bilbao y el Código de Comercio francés de 1807.

## **1.2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL COMERCIO Y DEL DERECHO COMERCIAL**

### **1.2.1. Edad Antigua**

En la Edad Antigua el comercio no tenía una orientación bien definida. Después de la destrucción del Imperio Romano por la invasión de los bárbaros y del establecimiento del feudalismo, el comercio terrestre casi se extinguió totalmente por falta de buenos caminos, pues la mayor parte de las comunicaciones estaban cerradas por los señores feudales y el resto no ofrecía seguridades. En esta época el comercio marítimo se desarrolló más que el terrestre, ya que el mar ofrecía mayores facilidades de transporte y comunicación y las naves mayores comodidades y seguridades que el pesado carromato, constantemente asaltado por los bandoleros y que, además, debían interrumpir su tráfico para pagar tributos que los señores feudales cobraban por el derecho de tránsito por sus feudos. Cuando el feudalismo declinó y surgieron las clases libres en los burgos, el comercio alcanzó su apogeo.

En su afán de recuperar el Santo Sepulcro lo señores feudales se habían embarcado en las cruzadas, un emprendimiento costoso que obligó a muchos de ellos a vender sus propiedades a bajos precios para financiar sus improvisadas compañías bélicas. Así fueron debilitándose y dejando espacio para el surgimiento de la clase burguesa. En la Edad Media aparece un derecho especial para regir las relaciones comerciales.

#### **1.2.1.1. Las Leyes de Wisbuy**

Se denomina así a una colección del siglo XV, muy en boga en los mares del norte. Al principio tuvo carácter particular, pero después fue adoptada por todos los países escandinavos.

Wisbuy es una villa de la Isla de Gotland (Suecia), isla situada en el mar Báltico entre Suecia y Finlandia y alrededor de 10 millas al norte de la costa alemana, en la que se reunían suecos, moscovitas, flamencos, escoceses, franceses, ingleses, etc. Los usos y costumbres fueron imperantes, muchos de los cuales se tomaron de los Roolos de Olerón y se formó una compilación conocida con el nombre de Ordenanzas de Wisbuy. Su verdadero nombre era “Ordenanzas que los mercaderes y patronos de nave formaron antiguamente en la antigua ciudad de Wisbuy”.

### **1.2.1.2. La guía del mar**

Fue redactada de 1556 a 1584. Es una compilación hecha por los comerciantes de Ruan.

Tiene como material el seguro marítimo. Puede decirse que la mayor parte de las codificaciones actuales han conservado los principios fundamentales de la guía del mar.

### **1.2.1.3. Ordenanzas marítimas de la Hansa teutónica**

La Liga Hanseática tuvo por objeto proteger el comercio de las ciudades alemanas de las incursiones de los piratas de los mares Báltico y del Mar del Norte. La región del Báltico era una excelente ruta comercial desde mucho tiempo atrás, pero solo en los siglos XII y XIII experimentó otra dirección. Como consecuencia del estado jurídico de la época, se formaron asociaciones de comerciantes destinadas a obtener la protección legal difícil de lograr por la falta de relaciones internacionales.

Se generalizaron los tratados y alianzas comerciales entre las ciudades ribereñas del Báltico y del Mar del Norte. De esta manera se fue conformando la Hansa teutónica o Hansa alemana, que ejerció mucha influencia en el desarrollo del comercio y, por ende, del Derecho Comercial.

Estas compilaciones tenían la característica singular de basarse en la fuerza de la costumbre, en la dimensión consuetudinaria. Los usos mercantiles derogaron los principios del Derecho Privado común para dar más impulso al comercio, supliendo las diferencias con la ley común.

### **1.2.2. Edad Moderna**

La Edad Moderna se inicia con dos grandes acontecimientos históricos: La Caída de Constantinopla y el Descubrimiento de América. Tanto el descubrimiento de una nueva ruta a las Indias como el del continente americano trajeron como consecuencia el progreso del comercio y de la navegación.

Dos rasgos distinguen el comercio de esta época del comercio de la Edad Media. En esta etapa predominan el cabotaje y los transportes terrestres; en la Edad Moderna surge la navegación de altura o travesía, como resultado de la invención de la brújula.

En esta época el Derecho Comercial adquirió verdadera importancia, siendo objeto de una sistemática regulación. Se establecieron rápidos, sencillos y eficaces procedimientos para ventilar los juicios ante tribunales especiales, los cuales, en parte, estaban constituidos por comerciantes. Si la Edad Media aportó al Derecho Comercial el amplio material de sus compilaciones; la Edad Moderna se distingue por la coordinación de sus principios en un conjunto armónico.

De esta época datan importantísimas compilaciones de Derecho Comercial, tales como las "Ordenanzas de Comercio" de 1673 y las "Ordenanzas de Marina" de 1681, dadas a iniciativa de Colbert, por comisión de Luís XIV.

La primera ordenanza ha sido llamada Código Savary, como homenaje al comerciante marsellés, Jules Savary, autor de la obra publicada en 1675 bajo el título de "El perfecto negociante". Savary dejó sentir su influencia en la redacción de dicha ordenanza. Las "Ordenanzas de Comercio", promulgadas con el nombre de "Reglement pour le Commerce des Negocians Marchandes" fueron redactadas por una comisión compuesta de magistrados y comerciantes que no solo utilizaron los usos mercantiles admitidos en las plazas francesas sino además los aceptados en España y otros países.

"Las Ordenanzas de la Marina" de 1681, en cambio, fueron redactadas por una comisión compuesta exclusivamente de comerciantes expertos en el conocimiento de los usos propios del comercio marítimo.

Estas Ordenanzas de Colbert, como también se les llama, fueron consideradas una obra maestra por la gran autoridad y sapiencia de sus disposiciones, constituyendo así las bases del Código de Europa de la Edad Moderna, el Código francés de 1807 y la mayor parte de los códigos contemporáneos.

Como rezago de la Edad Media aparecieron hermandades de comerciantes con centro en Burgos, donde radicaba la directiva cuyas actividades propendían al desarrollo y a la libertad de comercio, así como a consolidar el derecho de los comerciantes a cobrar gravámenes y al robustecimiento de la jurisdicción consular.

La institución consular es una de las más antiguas en el Derecho Comercial e Internacional. El cónsul es un funcionario local que llega a ser privativo del comercio. Los comerciantes de las ciudades italianas de Pisa, Venecia y Génova se internaron en el Egipto y el Asia Menor y establecieron factorías o estapas, las que fueron exoneradas del pago de impuesto por razón de su utilidad social. Disponían también de cuarteles o edificios seguros, en donde residían los comerciantes extranjeros. Es natural que en sus relaciones comerciales estos comerciantes siguieran las costumbres de su país de

origen. Por ello surgió la necesidad de una persona que conociera tales usos y estuviera en condición de aplicarlos, como sucedía con los cónsules en los países de origen de estos comerciantes. Por esto salieron cónsules a los puertos del Mediterráneo y del Asia Menor.

Para comprender el origen de la jurisdicción consular hay que tener nociones sobre los sistemas jurídicos vigentes en la época. El primero fue el sistema de la ley territorial, que consagraba el principio exagerado de que todo Estado no ejerce jurisdicción sino dentro de los límites de su territorio. Posteriormente, como este criterio no dejaba en libertad a las personas y atentaba contra la firmeza del Estado y la capacidad civil de las personas, que estando sometidas a la ley territorial podían modificar esta situación viajando de un lugar a otro, se pensó en el sistema de las comitas gentium o cortesía Internacional.

Pero la adopción de este sistema no solucionó el problema, ya que quedaba sujeta a la benevolencia de cada Estado el aceptar o no la aplicación de la ley extranjera y, por consiguiente, el Estado y la capacidad civil de las personas no ofrecían un criterio de juzgamiento uniforme. A fines del siglo XII aparece la teoría de los estatutos que establece una división de la ley: la ley relativa a la capacidad de las personas y a su Estado civil, constituyendo el estatuto personal; y la ley relativa a los bienes constituye el estatuto real. Según este sistema el estatuto real es territorial y el estatuto personal es extraterritorial, sigue a la persona en cualquier lugar en que se encuentre.

En España durante la Edad Moderna debemos citar como obras legislativas de Derecho Comercial las Ordenanzas de la Villa Bilbao, que fueron tres: La primitiva del siglo XV, la nueva del siglo XVI complementada en el siglo XVII y la novísima, sancionada por Felipe V en 1737.

Las Ordenanzas de Bilbao rigieron en el Perú hasta 1853, año en que se promulgó nuestro primer Código de Comercio. Sólo fueron derogadas, sin embargo, las ordenanzas que se oponían a la vigencia de este Código (Basadre, a. 1999)

En el Perú es notable el avance que experimenta el comercio en esta época. El 20 de diciembre de 1595 Felipe II dispuso la creación del Consulado y Universidad de Comerciantes de Lima, con iguales privilegios que los de Sevilla y Burgos, a pedido del Cabildo y mercaderes de esta ciudad. 49 ordenanzas fueron sancionadas por Felipe IV en 1672, relativas a la organización de los comerciantes y al establecimiento de la jurisdicción consular.

El tribunal del Consulado fue suprimido en 1826 y restablecido en 1829. Se dispuso por ley de 1829 que en las capitales de departamento y en los lugares de crecido tráfico comercial se eligieran anualmente tres diputados para que conocieran, uno en defecto de otro, de los juicios de comercio en primera instancia.

El Tribunal del Consulado en Lima era competente para conocer los juicios de comercio y fuera de la capital las diputaciones territoriales en primera instancia; los tribunales de alzada en segunda instancia y la Corte Suprema por recurso de nulidad. En el preámbulo de las ordenanzas de minería Carlos III dice textualmente (Real Cédula de 12 de mayo de 1783) "que organice a los miembros en cuerpo formal y unido a semejanza de los consulados de Comercio". Los tribunales de alzada fueron suprimidos entre nosotros en 1875 y el tribunal del consulado y diputaciones territoriales en 1887. Los comerciantes formaban una clase especial, sujeta a leyes y a fueros especiales. Como un rezago de esta organización quedan hoy las cámaras de comercio, que no son otra cosa que la reunión de los comerciantes de una ciudad que vela por el fomento de sus intereses. Todavía quedan las diputaciones de minería y el consejo superior de minería y petróleo.

En la época de las Ordenanzas de Bilbao, el Comercio deja de ser un oficio menospreciado, pues a mérito de una ordenanza de 1775 se estableció que la condición de comerciante no resta privilegios a la nobleza. Esta ordenanza tiene su antecedente en la autorización que Luis XIV dio a los nobles en 1701 para ejercer el comercio sin menoscabo de sus privilegios. Esta disposición se copió de las ordenanzas de minería de Nueva España, en donde se reconoció a la minería científica el carácter de una industria noble, por ser la "mayor fuente de Ingreso de mi patrimonio" (Carlos III).

En 1786 se instaló el tribunal de minería con sede en Lima y se fundó el Colegio de Metalurgia (Basadre, 4. 1997).

En albos del siglo XVIII España se encontraba sumida en una postración producida por el caos económico y fiscal. El estado español, a pesar de las grandes remesas de oro y plata que llegaban de América, estaba incapacitado de proveerse el capital necesario para el financiamiento de las guerras. Durante la época de los Austrias, la corona intentó obtener fondos por cualquier medio para lo cual se vio forzada a la venta de cargos públicos. Los monarcas comenzaron a ceder atribuciones a organismos locales hasta llegar a una situación de gran debilidad y deterioro del poder central.

Según lo manifiesta Cristina Ana Mazzeo en su libro *El comercio libre en el Perú*, tres guerras importantes jalónaron la primera mitad del siglo XVIII y gravitaron fuertemente en la reestructuración colonial americana y por ende en la economía española (1701. 1713): la guerra de Sucesión Austriaca (1740-1748) y la Guerra de los Siete Años (1756-1763). Las grandes potencias expansionistas, ávidas por ganar nuevos mercados, se vieron envueltas en conflictos bélicos que más que políticos fueron económicos y repercutieron notablemente en el espacio colonial americano. En este contexto España fue perdiendo poder y se deterioró el sistema monopólico sobre el cual sustentaba su poderío, debido fundamentalmente a la acción de los corsarios y de los barcos neutrales que hacían su aparición en épocas bélicas.

Comenzó el siglo con la guerra de Sucesión Española en 1701, a cuya culminación en 1713 se firmó la Paz de Utrecht. Este importante documento intentó consolidar el equilibrio de poderes, asegurando la hegemonía de Inglaterra en el dominio del comercio con América. Así obtuvo de Francia la Bahía de Hudson y Terranova y de España: Gibraltar y Menorca, el navío de permiso, el tratado de asiento de negros y la legalización de la explotación del palo campeche en Belice, convirtiéndose esta zona en la primera base territorial inglesa en las posesiones españolas.

La paz se mantuvo hasta 1740 gracias a la diplomacia europea que intentó nivelar los recursos y el poder militar de los estados. Cuando estos poderes se desnivelaron, cuando los intereses económicos y los beneficios arancelarios pesaron más que los intereses políticos, el equilibrio se rompió y se accedió a una nueva crisis: la guerra de Sucesión Austriaca de 1740 a 1748. Esta guerra fue indiscutiblemente una guerra mercantil en la que se manifestaron las eternas rivalidades entre Gran Bretaña, Francia y España.

La guerra arreglo española empalmó con la Guerra de Sucesión de Austria (1741-1748), en la que intervinieron todas las potencias europeas ya que España y Francia firmaron su segundo pacto de familia (1743) para combatir, aliadas a Prusia, contra: Inglaterra, Sajonia,

Polonia y Holanda. EL tratado de Aquisgrán, en 1748, puso fin a esta contienda y, en 1750 se firmó un nuevo tratado comercial entre España e Inglaterra que llegó a un acuerdo en casi todos los aspectos del comercio anglo español. No menos importante fue la finalización del asiento por la South Sea Company. Esta compañía había sido, por casi 40 años, la principal causa de las malas relaciones entre los dos países. Las condiciones de este tratado establecieron las bases de siete años de concordancia, amistad y mutuos intereses comerciales entre ambos países.

A partir de 1750 España comenzó a recuperarse por la acción indiscutida de los reyes borbónicos - entre los cuales destacan Carlos III (1759-1789) y sus colaboradores que llevaron a cabo una serie de medidas tendientes a robustecer el estado y restablecer la autoridad de la metrópoli en las colonias que habían alcanzado cierta independencia durante la primera mitad del siglo. La fundación de los virreinos de Nueva Granada y Río de la Plata y el ascenso de Chile y Venezuela a la categoría de capitanías son claros ejemplos del deseo de centralizar la autoridad y de reforzar el control sobre regiones supeditadas antes a los grandes núcleos virreinales. A estos fines ayudó la obra escrita por José del Campillo en 1743. En ella exponía los principios básicos para una explotación efectiva de las colonias y para el aumento de la producción en la metrópoli. Las visitas generales hechas por Gálvez y Areche a América demostraron los verdaderos recursos coloniales; se estableció el sistema de intendencias en España; se llevó a cabo el concordato mediante

el cual se reconocía la autoridad de la Corona por encima de la Iglesia. Todo ello, sumado a un aumento en la explotación de metales tanto en México como en Perú, contribuyeron a fortalecer las finanzas reales.

A pesar de la tranquilidad de esos años, cuando llegó al trono Carlos III, en 1759, había comenzado una nueva guerra, la Guerra de los Siete Años, que reunió en la contienda a cuatro continentes. Este monarca tuvo como principal objetivo detener a Inglaterra en su campaña de creciente expansión marítima. Con esa idea firmó con Francia el tercer pacto de familia, en 1761. La guerra terminó en 1763 con la firma de la paz de París. Por tercera vez se reestructuró totalmente el mapa colonial de Francia, Inglaterra y España.

En 1776 las colonias de Norteamérica iniciaron su guerra emancipadora y Francia, que se apresuró a reconocer la independencia de los Estados Unidos, se comprometió a garantizarla.

España debía optar entre permanecer neutral o situarse al lado de Francia, lo que hizo finalmente debido al tercer pacto de familia. La guerra culminó con la Paz de Versalles, 1783. El saldo positivo para España, si es que lo hubo, se limitó en Europa a la recuperación de Menorca y en América a la cesión inglesa de la Florida oriental y occidental. Mantuvo el poder en la costa del Golfo de México, pero no pudo retener Gibraltar y Belice que quedaron en poder de Inglaterra.

Barcos perdidos, negocios arruinados e indemnizaciones por daños fue el saldo negativo de esta guerra. España se fue desgastando en el difícil objetivo de defender sus posesiones y recuperar el comercio colonial.

Por otro lado, Portugal avanzaba a ojos vista en las posesiones españolas al sur del virreinato peruano. Era cada vez mayor el contrabando a través de la Colonia del Sacramento y del estuario del Plata. Las mercaderías extranjeras, que ingresaban desde 1713 en el navío de permiso, inundaban el puerto de Buenos Aires. A esto se sumaban los productos que llegaban en barcos neutrales, los cuales, por una Real Orden de 1783, estaban autorizados a abastecer a las colonias en épocas de guerra.

En 1788, luego de algunos años de tranquilidad en las relaciones internacionales, falleció Carlos III y le sucedió en el trono Carlos IV. Al poco tiempo se inició en Francia la Revolución de 1789, la cual condicionó, desde esa fecha, todo el proceso histórico español y el de las colonias americanas. Por primera vez España firmó un tratado de alianza con Inglaterra, de mutuo apoyo para luchar contra Francia, y esto le costó muy caro. En 1793 Francia invadió Cataluña y, por una mala jugada de Manuel Godoy, España dio la espalda a Inglaterra y, en 1795, firmó con Francia la llamada Paz de Basilea quedando nuevamente unidos ambos países. Inglaterra se cobró con creces este abandono y el 18 de agosto de 1796 España declaró la guerra a Inglaterra.

Esta guerra fue desastrosa para España, "la más desdichada de las alianzas que conducirán a nuestra patria al borde de la ruina". La invasión napoleónica puso en evidencia la debilidad de la monarquía española y agudizó el proceso de deterioro. La guerra terminó en 1805, cuando el almirante Nelson venció a las escuadras española y francesa en el memorable combate de Trafalgar. Inglaterra quedó dueña de los mares y, en consecuencia, las colonias de Francia y España a merced de su flota. Francia había perdido sus colonias, no así España, por lo que Inglaterra intentó una invasión directa a las colonias españolas en el Río de La Plata en 1806 y 1807. No logró apoderarse de ellas, pero sembró en las mismas el germen de la independencia que, a partir de 1810, España ya no pudo detener.

Un siglo de guerras internacionales había deteriorado el poderío de España en beneficio de Inglaterra, que fue ganando terreno sobre las colonias de América. EL objetivo se había cumplido. La brecha estaba abierta para la obtención de nuevos mercados que ayudarían al desarrollo capitalista industrial de los ingleses. El modelo económico sobre el cual se estructuraba la política de España durante el siglo XVIII era el mercantilismo. Este sistema tenía como base la intervención del Estado con el fin de desarrollar al máximo sus posibilidades y se venía utilizando en Europa desde mediados del siglo XVI, cuando comenzó a surgir la conciencia de una comunidad de intereses nacionales. EL mercantilismo no se definió como sistema de pensamiento sino hasta finales del siglo XVII, cuando los liberales intentaron descalificarlo argumentando prácticas que repudiaban.

El mercantilismo fue la política económica de un periodo acumulación primitiva. Esto se llevaría a cabo mediante la estructuración de la sociedad sobre bases eminentemente comerciales y mediante el fortalecimiento del poder estatal. Todas las monarquías, en mayor o menor grado, se empeñaron en la vía del intervencionismo económico y poco a poco se constituyó una ciencia de la riqueza. Se pensaba que el poder de un país residía en sus reservas de oro y plata y los gobiernos dedicaron toda su atención a los movimientos monetarios para poner fin a la salida de numerario, imponiendo restricciones a la libre importación y, en el caso de Francia, límites a la exportación de insumos para sus manufacturas.

Esta situación llevó a las potencias expansionistas a una competencia internacional en la que se vieron comprometidas la Francia de los Borbones y la Inglaterra de Isabel, con el objetivo de apoderarse de la riqueza del imperio español no muy bien protegido. Richelieu codiciaba los metales preciosos que las flotas de América traían cada año a Sevilla y alentó la formación en Francia de grandes compañías de navegación. Colbert formuló los principios más estrictos del mercantilismo: "es necesario aumentar el dinero en el comercio público obteniéndolo de los países de donde proviene, conservándolo en el interior del reino, impidiendo que salga y ofreciendo medios a los hombres

para que saquen de él provecho. Colbert incitaba a esa "guerra de dinero". No obstante, fue en Inglaterra donde el mercantilismo tuvo una creación con una creación, empírica y nacional. Se ha exagerado la idea de fascinación que existía en los mercantilistas por la acumulación de oro y plata.

Por lo tanto, si se les dio mucha importancia a las especies preciosas fue porque éstas eran los recursos de los príncipes y el medio necesario para la supervivencia de las cortes y aristocracia. Pero fue también importante el desarrollo manufacturero sin el cual no hubiera habido comercio.

Cuando el mercantilismo triunfó en España, Inglaterra y Francia ya estaban en pleno desarrollo de las fuerzas productivas y del espíritu individualista que tendían a dejar de lado la antigua reglamentación. Para estos países la plenitud del mercantilismo era un logro del pasado, las doctrinas económicas de los fisiócratas y las ideas de los filósofos de la ilustración les habían marcado ya un futuro nuevo y más avanzado, que la revolución industrial vendría a potenciar, tanto en lo tecnológico como en lo económico. En el siglo XVIII la mentalidad de los asesores de los monarcas españoles, tras el fracaso de la política de los Austrias, estaba dispuesta a un cambio radical. Fue con los Borbones que se intensificaron las prácticas mercantilistas. Estos vieron la necesidad de revitalizar las relaciones mercantiles con sus colonias rescatándolas de las manos extranjeras y resolvieron hacer algunas modificaciones al sistema. Fue así que, durante la época del marqués de Ensenada, surgió la Idea de diseñar una política ultramarina que reformara la administración indiana y transformara la organización del comercio trasatlántico.

Todos los autores recomendaban la misma táctica aduanera favorable a las exportaciones de manufacturas y prohibitivas para las importaciones competitivas. Las armas para llevar a cabo esta idea eran las compañías de navegación, las manufacturas y las colonias. El mercantilismo español giró en tonto al comercio que ayudaría a conseguir una balanza comercial favorable, es decir que las exportaciones excedieran a las importaciones, desprendiéndose de mercancías y recibiendo metales preciosos.

La industria española no se desarrolló como debía. Puesto que se considera que en España no existió una burguesía con espíritu de empresa que pudiera secundar al estado en su tarea de renovar la industria nacional. Tampoco hubo un mercado interior debidamente articulado que sirviera de estímulo al desarrollo de la producción en gran escala, y la industria nacional no consiguió liberarse de la dependencia extranjera. Sólo a fines del siglo XVIII se alcanza un desarrollo industrial estrictamente imprescindible para el consumo local.

El neomercantilismo aplicado en la política comercial con las colonias estaba estructurado en base a los trabajos de Ustáriz, Feijoo, Campillo, Ward y Campomanes. Intentó en un primer momento controlar el contrabando, luego desarrollar el comercio, potencializar el mercado nacional colonial sin que éste entrara en competencia con la Industria de la metrópoli y en una tercera etapa poner en movimiento capitales inutilizados, para lo cual era necesario derogar las leyes que impedían la libre circulación.

Se identificaba la riqueza con los metales preciosos, por lo tanto se debían retener en España los que llegaban de América para lo cual proponía una discriminación aduanera. Se debía prohibir la salida de materias primas industriales y reducir los derechos de importación y exportación. También creía necesario dar impulso a la industria. Se afirmaba que la libertad es el alma del comercio y el monopolio su mayor adversario y que ni la prohibición ni las tasas crean la abundancia sino la libertad de los negocios, reclamaba la libertad de comercio con América y la supresión del monopolio de Cádiz a favor de catalanes, valencianos, gallegos, montañeses y vascos. Se difundía el pensamiento de que se debía dejar a los hombres en la mayor libertad posible y que bajo esta sombra crecerían el comercio, la población y la riqueza. Estas fueron las bases de las reformas implantadas en España a mediados del siglo XVII.

El mercado colonial pasó entonces a un primer plano, pero todos los mecanismos innovadores se realizaron dentro del mayor control; más aún la legislación comercial, en muchos casos no concordaba con su situación real.

Con la revolución industrial el Código de Napoleón necesitó grandes reformas para dar cabida a nuevas instituciones (bancos, almacenes generales de depósito, cámaras de compensación, bolsas de valores, efectos al portador, cheques, etc.). El desarrollo del comercio también introdujo modificaciones en los contratos antes conocidos (compañías anónimas, prenda mercantil, cuenta corriente, etc.)

Cuando se promulgó el Código de Comercio francés de 1807, hacia siglo y medio que regían las Ordenanzas de Comercio y de Marina; Francia había aumentado su territorio; su comercio y su industria habían adquirido mayor vuelo; y, por tanto, existían nuevas costumbres y usos comerciales, pero los relativos especialmente al comercio terrestre no habían sido fijados. Con tal efecto desde 1787 se pensó en Francia en reformar las Ordenanzas de Colbert.

Con este fin se nombró una comisión; pero como sobrevino la Revolución dicha comisión no pudo llenar su cometido. En 1791 la Asamblea Constituyente acordó la dación de un Código Civil y de un Código de Comercio. Se hicieron los estudios y trabajos con respecto al Código Civil; pero no se abordó el estudio relativo al Código de Comercio.

El decreto del 3 de abril de 1801, expedido por el gobierno consular francés, nombró una comisión presidida por el Ministerio del Interior para que redactara el proyecto de Código de Comercio; el cual debía ser revisado por el Consejo del Estado. La comisión cumplió, a fines de ese año, con formular un proyecto de Código que fue enviado a las cámaras de comercio y a los tribunales de casación y apelación para que hicieran las observaciones pertinentes. Más adelante 3 miembros designados del seno de la comisión hicieron algunas modificaciones en el articulado del proyecto.

Después los comisionados enviaron su trabajo al consejo de Estado para su revisión; pero allí permaneció sin trámite y casi olvidado hasta 1806 en que Napoleón ordenó que fuera estudiado, dedicándose 61 sesiones a este objetivo. Este trabajo fue sometido a discusión en las cámaras legislativas, que lo sancionaron por partes, y la ley de 15 del septiembre de 1807 ordenó que empezaría a regir desde el 1 de enero del año siguiente. Lo que indujo a Napoleón a acelerar la promulgación del Código de Comercio fue la serie de quiebras fraudulentas producidas en Francia en 1806, las que arruinaron a muchos ciudadanos, mientras que los quebrados seguían después de la quiebra derrochando un lujo irritante.

El Código de Comercio francés de 1807 consta de cuatro libros y 648 artículos. El primer libro se titula "Del comercio en general", el segundo "Leyes particulares del comercio marítimo", el tercero "Quiebra" y el cuarto "Juicios y procedimientos a seguir en el comercio".

Después del Código francés tiene importancia para nosotros el Código español de 1829. En España regían, antes de la promulgación de este Código, las Ordenanzas de Bilbao y las leyes contenidas en el Libro IX de la Novísima Recopilación. En las Cortes de Cádiz de 1810 se acordó la formulación de un Código de Comercio y, en conformidad con dicho acuerdo, se nombró la comisión respectiva; pero los disturbios políticos originados por la rebelión americana dejaron en suspenso los trabajos. En 1827 Don Pedro Sainz de Andino elevó al rey una exposición manifestando la necesidad de codificar el Derecho mercantil español, adjuntando a su exposición un proyecto de Código.

El rey de España, que era entonces Fernando VII, nombró una comisión para que redactara el respectivo proyecto, cosa que se hizo; pero más tarde, dejando de lado el proyecto elevado a él por la comisión, se sancionó el proyecto de Sainz de Andino por Real Cédula de 30 de mayo de 1829, disponiendo que el Código empezará a regir desde el 1 de enero de 1830. Posteriormente se hizo extensivo a Cuba, Puerto Rico y Filipinas. En 1833 lo adoptó Portugal y luego las repúblicas sudamericanas, pudiendo afirmarse que fue el Código de la raza hispano-americana. En su tiempo fue considerado como una obra perfecta. Tuvo como fuentes las antiguas leyes españolas y el Código francés de 1807.

El Código español de 1829 consta de 5 libros. Atendiendo a la época en que se promulgó sostiene que el Derecho mercantil es un derecho de excepción; o sea una rama del Derecho Civil, es decir, que es el derecho aplicable a una clase especial, a la de los comerciantes. Por esta razón tienen gran importancia las formas y solemnidades que deben llenarse para la adquisición de la calidad de comerciante, pues sólo a ellos se les aplica la ley comercial.

Como la ley comercial se aplica sólo a una clase especial, es necesario que dicha clase quede bien determinada y en tal virtud se exige la inscripción de los comerciantes en una matrícula especial que permita su identificación. El acto de comercio era juzgado por el Código de 1829 con un criterio subjetivo. El acto de comercio era realizado por un comerciante, entendiéndose por tal el que se dedicaba al comercio en forma habitual, como una profesión y estaba además inscrito en la matrícula de comerciantes.

El Código de 1829 envejeció pronto por el avance del comercio, por lo que se hizo necesario dictar leyes especiales para regular nuevas instituciones, tales como los bancos de emisión y de descuento, las empresas de ferrocarriles y de construcción de obras públicas y las letras de cambio, etc. Estas razones hicieron pensar en dictar un nuevo Código de Comercio, el 22 de agosto de 1885 se promulga el proyecto redactado por una comisión presidida por el ministro de Gracia y Justicia don Alonso Martínez.

El Código empezó a regir el 1 de enero de 1886. Esta comisión presentó junto con su proyecto una Exposición de Motivos, la que con algunos arreglos corre inserta en las ediciones del Dr. de la Lama de nuestro Código de Comercio de 1902. El Código español de 1885 preconiza que el Derecho Comercial es un derecho autónomo, independiente, por consiguiente, no exige la inscripción de los comerciantes en libros o matrículas, pues ya no se requiere ser comerciante para realizar válidamente actos de comercio; en defecto de él se aplicarán los usos mercantiles y sólo a falta de estos, en último término el derecho común.

El 28 de febrero de 1895 se nombró en el Perú una comisión para que adoptara el Código de Comercio español de 1885. Esta comisión - integrada por los doctores Luis Felipe Villarán, Felipe de Osma y José Payón - no adoptó totalmente el Código español de 1885, ya que procedió a introducir algunas modificaciones.

El segundo Código de Comercio fue sancionado en la legislatura de 1901 y promulgada el 15 de febrero de 1902, rigiendo desde el 1 de Julio de este año. (Chanduví, 1997).

Nuestro Código siguiendo al español de 1885 establece el principio de autonomía del Derecho Comercial y consagra la objetividad como criterio de apreciación de los actos de comercio. Entre las principales innovaciones enumeramos las siguientes:

1. La letra de cambio fue adoptada del Código italiano, este a su vez se había inspirado en los preceptos que sobre la materia consagra el derecho germánico. Mientras que este último derecho consideraba a la letra como instrumento de crédito, el Código español de 1885 la consideraba como una expresión del contrato de cambio trayecticio.
2. El título sobre "rematadores o martilleros" y el título de "Cuenta corriente" fueron adoptados del Código argentino. Cabe observar que el título sobre cuenta corriente del Código argentino no fue tomado literalmente, sino que se le modificó y completó con la ley que sobre la misma materia se expidió el año 1901.
3. Los títulos sobre cheques, bancos hipotecarios y prenda mercantil del Código español fueron sustituidos por leyes especiales vigentes en estas tres materias.

Con posterioridad al Código se han dictado leyes que lo complementan y lo modifican.

El 6 mayo de 1999 se publicó en el diario oficial "El Peruano" el proyecto del nuevo Código de Comercio, con la denominación de "Ley marco del empresariado". Este proyecto no se ha concretado hasta la fecha, habiendo quedado aún vigente el Código de Comercio de 1992.

CAPITULO II

**EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS  
DE COMERCIO EN EL DERECHO  
COMPARADO**

---

## 2.1. EL COMERCIANTE

Desde tres perspectivas definiremos al comerciante: la económica, la jurídico-legal y la doctrinal.

### a. Económica

“...Estos intermediarios, que no operan por propósitos filantrópicos se hagan pagar la compensación de la utilidad que prestan y que constituyen precisamente el provecho de su trabajo productivo. Estos intermediarios especulantes en el cambio son los comerciantes” (Bolaffio 7, 1947)

Como podemos ver aquí, el comerciante juega un rol de intermediario entre productores y consumidores: al circular la mercancía de un extremo a otro obtiene como objetivo una utilidad lucrativa.

### b. Legal – jurídica

Antes de enfocar al comerciante en el contexto de nuestro Derecho nacional, veamos la definición legal que nos proporciona el Código de Comercio argentino, que en su artículo 1 “declara comerciante a todos los individuos, que, teniendo capacidad para contratar, ejercen de cuenta propia actos de comercio, haciendo de ello profesión habitual” (Fontanarrosa 22, 1969)

Los argentinos solo hacen mención expresa a los comerciantes individuales, pero no a los colectivos, en cuanto no los define; aunque es evidente que las sociedades mercantiles son comerciantes, ya que el Código de Comercio argentino se refiere a ellas en numerosas disposiciones.

En cuanto al Código de Comercio español en lo referente a quienes son comerciantes, su artículo 1 numerales 1 y 2 coinciden por razones obvias con el Código de Comercio peruano.

Dice que son comerciantes para los efectos de este Código:

1. Los que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio se dedican a él habitualmente.
2. Las compañías mercantiles o industriales que se constituyan con arreglo a este Código (Mounton, 41, 1910)

Fácilmente nos podemos percatar que el Código de Comercio español no define directa y taxativamente al comerciante, sino que lo hace indirectamente al enumerar sus requisitos.

Ya que el Código de Comercio peruano dice lo mismo, textualmente, aprovecharemos para estructurar una definición del comerciante individual. “Es toda persona física o natural que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedica a él habitualmente”. Así se define al comerciante de acuerdo con nuestro Código de Comercio, la definición es incompleta y confusa porque hay personas que, no obstante tener capacidad legal para ejercer el comercio y ejercerlo efectivamente, no son comerciantes.

Esto ocurre con el personal auxiliar del comerciante como el factor, el dependiente, el apoderado en general o los directores, gerentes y administradores de las sociedades comerciales que ejercen el comercio, pero no a nombre propio sino a nombre del comerciante individual o colectivo. Los mandatarios o representantes legales de quienes ejercen el comercio no son comerciantes, resultando de este modo que el Código ha omitido agregar, como nota configurativa de la calidad de comerciante, que el ejercicio del comercio es en nombre propio.

### **c. Doctrinal**

Hemos considerado conveniente agregar una tercera perspectiva, correspondiente a los tratadistas del Derecho Mercantil. Veamos las principales definiciones desde esta perspectiva:

Según Manuel Braseta Pont<sup>8</sup> (1978): *“Es la persona física o jurídica que por sí o por medio de otros y en nombre propio realiza para el mercado una actividad comercial o industrial”*.

El empresario mercantil así definido queda sometido a un estatuto jurídico especial, exclusivo para él, precisamente por poseer las dos circunstancias señaladas: explorar en nombre propio una actividad económica o industrial.

Konrad Cosack<sup>13</sup> (1935) nos alcanza la siguiente definición: *“Comerciante individual es toda persona física que dirige por sí sola el ejercicio de una industria mercantil... esto no quiere decir que el comerciante individual preste también por sí solo el trabajo en su explotación y que solo él deba aportar los medios para dicho ejercicio sino simplemente que él es el único dueño, el exclusivo “principal” de la empresa”* (12)

De esta definición podemos deducir que la característica común a todo comerciante individual es el ejercicio de una industria mercantil. Ejerce una industria mercantil la persona que de manera meditada dirige una explotación privada propia con ánimo de ganancia.

## 2.2. EL COMERCIANTE EN EL SISTEMA FRANCÉS

### a. Definición

El Código francés prescribe que “son comerciantes los que ejercen actos de comercio y hacen de ello su profesión habitual”.

Esta disposición corresponde a la noción objetiva del derecho comercial, según la cual son los actos de comercio que realizan lo que confiere a ciertas personas la condición de comerciante. Además, la ley francesa exige otras dos condiciones: habitualidad y profesión.

Esta definición del comerciante es poco afortunada. En primer lugar, cuando se refiere al ejercicio de los actos de comercio se supone que se conoce exactamente lo que es un acto de comercio y ello está muy lejos de la realidad. A pesar de la enumeración de actos de comercio que figura en el Código y que los antiguos comerciantes estiman que es limitativa, la doctrina moderada afirma que tal enumeración no es limitativa y que además es el criterio que sigue la jurisprudencia.

### b. Capacidad

Los principios generales en el derecho francés son que toda persona tiene derecho al ejercicio del comercio y que todos los comerciantes están sometidos a las mismas reglas jurídicas.

Pero estos principios de libertad y de igualdad tienen excepciones.

Los menores no pueden ser comerciantes a menos que estén emancipados y para ello deben haber cumplido 18 años y estar autorizados para ello por el padre o en su defecto la madre o eventualmente el consejo de familia o de tutela. Esta autorización debe inscribirse en el registro de comercio. Los interdictos y los alienados son asimilados a los menores no emancipados y no pueden ser comerciantes ni por sí mismos ni mediante representación legal.

En cuanto a la antigua incapacidad de las mujeres casadas, ha sido suprimida por las leyes del 18 de febrero de 1938.

### c. Prohibiciones e incompatibilidades

No pueden dedicarse al comercio los condenados a ciertas penas previstas por la ley, los *officiers ministériels* y los quebrados no rehabilitados, ni tampoco los interdictos por razón de fraude fiscal.

### d. Restricciones

Los extranjeros pueden dedicarse al comercio en Francia si los franceses pueden hacerlo en el país extranjero respectivo.

Otras restricciones se refieren a los extranjeros, a quienes se les prohíbe el ejercicio de determinadas actividades comerciales como, por ejemplo, fabricaciones de guerra, propiedad de buques franceses, concesiones de energía hidráulica, agencias de viaje, etc.

#### **e. Comerciante colectivo**

En Francia todas las sociedades son personas jurídicas y la comercialidad de las sociedades depende de su objeto, excepto las sociedades por acciones y las sociedades de responsabilidad limitada, que son siempre comerciantes cualquiera que sea su objeto.

Las asociaciones y sindicatos con finalidad desinteresada no pueden dedicarse al comercio, pero en la práctica todos son comerciantes.

#### **f. La condición de comerciante y el registro de comercio**

En el Derecho francés la adquisición de la condición de comerciante no depende de la inscripción en el registro de comercio. Se puede ser comerciante sin estar inscrito en el registro y la prueba de que es comerciante puede hacerse por cualquier medio; pero en la práctica todos los comerciantes se inscriben por los inconvenientes y sanciones que provoca la ausencia de inscripción y la legislación reciente establece que la inscripción es una presunción de comerciante. En cuanto a las sociedades de Francia, la personalidad jurídica se adquiere independientemente de la inscripción en el registro.

### **2.3. EL COMERCIANTE EN EL SISTEMA ESPAÑOL**

La ley española declara comerciante:

1. A los que teniendo la capacidad legal para ejercer el comercio se dedican a él habitualmente.
2. A las compañías mercantiles o industriales que se constituyan con arreglo al Código de Comercio.

En la concepción española para ser comerciante se requieren, pues, tres requisitos: la capacidad, el ejercicio y la habitualidad igual que en nuestra legislación.

El requisito de profesionalidad exigido por el Código francés no es requerido por el Código Español, que exige únicamente la habitualidad sin que esto suponga profesionalidad, de modo que “en España puede una persona ostentar la cualidad de comerciante sin que este sea su medio de vida ni su perfil social más acusado” (Cosack, 13. 1935).

Pero también se ha criticado la terminología del Código, sosteniéndose que la profesionalidad es indispensable en cuando a la repetición de actos añade una explotación conforme a su plan, un propósito de lucro y una exteriorización. Y en tiempo reciente se ha afirmado que la definición del Código, aunque sanciona al comerciante, deja traslucir la figura del empresario.

El Código establece, expresamente, una presunción de comercialidad diciendo que “existirá la presunción legal al ejercicio habitual del comercio, desde que la persona que se proponga ejercerlo anunciase por circulares, periódicos, carteles, rótulos expuestos al público o de otro modo cualquiera, un establecimiento que tenga por objeto alguna operación mercantil”. (Castillo, 14 1994).

Para ser comerciante se requiere ser mayor de edad y tener plena capacidad civil. El incapacitado y el menor de edad, aunque esté emancipado no puede ser comerciante y únicamente puede, a título de excepción, continuar por medio de sus guardadores el comercio que hubiesen ejercido sus padres o causantes.

La mujer casada necesita autorización marital para ejercer el comercio (actualmente derogado).

El quebrado no puede ejercer el comercio mientras no esté rehabilitado o autorizado en virtud de lo convenido con sus acreedores. Diversas personas tienen prohibido comerciar: militares, clérigos, agentes de cambio y bolsa, magistrados, jueces, fiscales, etc. (Chanduví, 18, 1997). Los extranjeros pueden ejercer el comercio.

En cuanto a las sociedades todas ellas son personas jurídicas a partir de la inscripción en el registro mercantil. Son comerciantes por el objeto, excepto la sociedad anónima, la sociedad de responsabilidad limitada, que son comerciantes cualesquiera que sea su objeto.

De lo expuesto podemos decir que la mayoría de las definiciones de comerciante en los países latinos se inspira en la del Código francés, aunque alguna de ellas se aparta bastante de la misma para perfeccionarla o aclararla.

Durante la época colonial hasta la República en el Perú mantuvieron su vigencia, en materia de legislación mercantil las Ordenanzas de la villa de Bilbao de 1737, que rigieron hasta junio de 1853.

CAPITULO III

**EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS  
DE COMERCIO EN EL CÓDIGO DE  
COMERCIO PERUANO DE 1853**

---

### 3.1. EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS DE COMERCIO EN EL CÓDIGO DE COMERCIO PERUANO DE 1853

Desde que se logró la Independencia de 1821 y fue reafirmada en 1827, ha sido una preocupación jurídica contar con una normatividad que prefije los alcances ius comerciales (24, 1896). Esta prerrogativa exige contar con instrumentos idóneos para salvaguardar los intereses en las relaciones patrimoniales. Desde la conquista y la posterior formación del Virreinato en el Perú las colonias fueron consideradas como fuentes indispensables de riqueza. Con base en esta interpretación, España dictó desde 1536 para el Virreinato peruano una serie de normas de contenido comercial. De La Lama<sup>18</sup> (1902) reconoce que en Perú los negocios comerciales proclamaban beneficios indirectos que se obtenían de las ventajas normativas de las llamadas Ordenanzas de Bilbao desde 1613 durante el reinado de Felipe III.

El primer Código de Comercio peruano de 1853 ha tenido dos influencias fundamentales en su dación, así como en su sistemática normativa: las Ordenanzas de Bilbao y el Código de Comercio español de 1829.

En efecto, recién por ley del 10 de enero de 1852, se dispuso la adopción de un Código de Comercio, el que a su vez no fue otro que el propio Código de Comercio español de 1829. Este Código español se formó por la mixtura de las Ordenanzas de la Villa de Bilbao de 1737 y el Código de Comercio francés de 1807, de tal suerte que hemos revisado y estudiado el Código de Comercio peruano de 1853 y las Ordenanzas de Bilbao de 1737, en ejemplar facsimilar editado por la Cámara de Comercio de Bilbao el 15 de junio del 2000, fecha del 700 aniversario de la fundación de la Villa de Bilbao, cuya edición consta de quinientos ejemplares numerados. Los cien primeros en caracteres romanos están fuera de comercio, lo cual no ocurre en los restantes con numeración arábica.

El Código de Comercio peruano de 1853 tuvo su principal fuente en las Ordenanzas de Bilbao, las mismas que en su capítulo nueve regula la figura de los mercaderes, así como los libros que han de tener y con qué formalidad.

El capítulo diez de las mismas se refiere a las compañías de comercio y a las calidades y circunstancias con las que deberán ser creadas.

I al XVII El numeral I dice: “Compañía en términos de comercio es un contrato o convenio que se hace, o puede hacerse entre dos o más personas, en virtud del cual se obligan recíprocamente por cierto tiempo bajo ciertas condiciones y pactos, a hacer y proseguir conjuntamente varios negocios, por cuenta y riesgo común y de cada uno de los compañeros respectivamente según y en la parte que por el causal o industria que cada uno ponga le puedan pertenecer, así en las pérdidas como en las ganancias que al cabo del tiempo que asignaren resultaren de tal compañía.

Este concepto clásico de la compañía mercantil hoy en día se respeta, ya que contiene todos los elementos constituidos de la figura societaria que conocemos como pluralidad de personas que la conforman, capital, acuerdos, distribución de utilidades, gestión, formalidad (Escritura pública), etc.

El Código de Comercio del Perú de 1853 está estructurado en 5 libros con 1,269 artículos. En su Libro Primero regula la institución “De los comerciantes y agentes de comercio” distribuido en tres títulos como son:

- Título I: De la aptitud para ejercer el comercio.  
Artículos 1 al 16.
- Título II: De las obligaciones comunes a todos los que profesan el comercio.  
Artículos 17 al 52.
- Título III: De los oficios auxiliares de los comercios y sus obligaciones respectivas.  
Artículos 53 al 177.

LIBRO SEGUNDO: “De los contratos de comercio en general, sus formas y sus efectos”

- Título I: Disposiciones preliminares sobre la formación de las obligaciones de comercio.  
Artículos 178 al 204.
- Título II: De las compañías mercantiles  
Artículos 205 al 296.
- Título III: De las compras y ventas mercantiles  
Artículos 297 al 337.
- Título IV: De las permutas  
Artículo 338.
- Título V: De los préstamos y de los réditos de las cosas prestadas.  
Artículos 339 al 353.
- Título VI: De los depósitos mercantiles  
Artículos 354 al 356.
- Título VII: De los afianzamientos mercantiles  
Artículos 364 al 365.
- Título VIII: De los seguros de condiciones terrestres  
Artículos 366 al 376.
- Título IX: Del contrato y las letras de cambio  
Artículos 377 al 516.

Título X: De las libranzas y de los vales o pagarés a la orden  
Artículos 517 al 532.

Título XI: De las cartas – órdenes de crédito  
Artículos 533 al 540.

Título XII: Disposiciones generales sobre la prescripción de los contratos mercantiles  
Artículos 541 al 546.

LIBRO TERCERO: Del comercio marítimo

Título I: De las naves  
Artículos 547 al 583.

Título II: De las personas que intervienen en el comercio marítimo  
Artículos 584 al 732.

Título III: De los contratos especiales del comercio marítimo  
Artículos 733 al 962.

Título IV: De los riesgos y daños del comercio marítimo  
Artículos 963 al 1041.

Título V: De la prescripción en las obligaciones peculiares del comercio marítimo  
Artículos 1042 al 1052.

LIBRO CUARTO: De las quiebras

Título I: Del estado de quiebra y sus diferentes especies  
Artículos 1053 al 1067.

Título II: De la declaración de quiebra  
Artículos 1068 al 1086.

Título III: De los efectos y retroacción de la declaración de quiebra  
Artículos 1087 al 1095.

Título IV: De las disposiciones consiguientes a la declaración de quiebra  
Artículos 1096 al 1122.

Título V: Del nombramiento de síndicos y sus funciones  
Artículos 1123 al 1136.

Título VI: De la administración de la quiebra  
Artículos 1137 al 1154.

Título VII: Del examen y reconocimiento de los créditos contra la quiebra  
Artículos 1155 al 1171.

- Título VIII: De la graduación y pago de los acreedores  
Artículos 1172 al 1194.
- Título IX: De la calificación de la quiebra  
Artículos 1195 al 1203.
- Título X: Del convenio entre los acreedores y el quebrado  
Artículos 1204 al 1223.
- Título XI: De la rehabilitación  
Artículos 1224 al 1231.
- Título XII: De la cesión de bienes  
Artículos 1232 al 1233.
- LIBRO CINCO: De la administración de justicia en los negocios de comercio
- Título I: De los tribunales de justicia en los negocios de comercio riesgos y daños del comercio  
Artículos 1234 al 1237.
- Título II: De la organización de los tribunales y juzgados de comercio  
Artículos 1238 al 1249.
- Título III: De la competencia de los tribunales y juzgados de comercio  
Artículos 1250 al 1253.
- Título IV: De los procedimientos judiciales en las causas de comercio  
Artículos 1254 al 1269.

Atendiendo a la época en que se promulgó se sostiene que el Derecho Mercantil es un derecho de excepción, o sea una rama del Derecho Civil, es decir, que es el derecho aplicable a una clase especial, a la de los comerciantes. Por esta razón se otorga gran importancia a las formas y solemnidades que deben llenarse para la adquisición de la calidad de comerciante, pues solo a ellos se aplica la ley comercial.

Como la ley comercial se aplica solo a una clase especial, es necesario que dicha clase quede bien determinada y por eso se exige la inscripción de los comerciantes en una matrícula especial que permita su identificación. El acto de comercio era juzgado por el Código de 1853 con un criterio subjetivo. Acto de comercio era el realizado por un comerciante; entendiéndose por tal el que se dedicaba al comercio en forma habitual como una profesión y estaba además inscrito en la matrícula de comerciantes. Siendo el Derecho Comercial un derecho de excepción, o sea una rama del Derecho Civil, en lo previsto por el Código de Comercio se aplica el derecho común y a falta de este, los usos y costumbres mercantiles.

### **3.2. CARACTERÍSTICAS DEL CÓDIGO DE 1853**

Sus características son:

- a. Se exige la inscripción del comerciante para su identificación.
- b. El acto de comercio solo lo realiza el comerciante, es decir, aquel que lo genera de modo habitual.
- c. Se considera el Derecho Mercantil como un derecho de excepción, que pertenece a una rama del Derecho Civil.
- d. Impera el criterio subjetivo para el acto de comercio. Se aplica a una clase especial de personas que son los comerciantes.

### **3.3. CAUSAS PARA LA EXTINCIÓN DEL CÓDIGO DE 1853**

- a. Dejó de regular aspectos comerciales como las cámaras de comercio, el contrato de edición, la hipoteca naval, las sociedades de responsabilidad limitada, etc.
- b. No se reconoció la autonomía del Derecho Comercial.
- c. No se apreció la realidad mercantil.

### **3.4. LAS ORDENANZAS DE BILBAO**

En España durante la época moderna debemos citar como obras legislativas de Derecho Comercial las Ordenanzas de Bilbao, que fueron tres: La Primitiva del siglo XV; la Nueva del siglo XVI completada en el siglo XVII y la Novísima, sancionada por Felipe V en 1737. Son 723 números repartidos en 29 capítulos en los que se reglamenta el comercio en general. Regulaban las Ordenanzas de Bilbao todas las instituciones de comercio en general, tanto del comercio terrestre como del comercio marítimo, llenando cuantos vacíos se encontraban en materia de letras de cambio, comisión, sociedades, contabilidad y quiebras.

El método que adoptan es deficiente, pero responde al estado de las ciencias jurídicas de la época. En ellas se establece por primera vez en España la obligación que tienen los comerciantes de llevar libros de contabilidad, fijándose la forma de llevarlos. También se legisla sobre las sociedades, sus clases y requisitos para su constitución. Las Ordenanzas de Bilbao rigieron en el Perú hasta 1853 en que se promulgó nuestro primer Código de Comercio.

En la época de las Ordenanzas de Bilbao, el comercio deja de ser un oficio menospreciado, pues a mérito de una Ordenanza de 1775 se estableció que la condición de comerciante no resta privilegios a la nobleza, Esta ordenanza tiene su antecedente en la autorización que Luis XIV dio a los nobles en 1701 para ejercer el comercio sin menoscabo de sus privilegios. Esta disposición se copió en

las Ordenanzas de Minería de Nueva España, en donde se reconoció a la minería científica el carácter de una industria noble, por ser la “mayor fuente de ingresos de mi patrimonio”. (Carlos III)

Las principales características de Las Ordenanzas de Bilbao

- El mercader (comerciante) es la persona que ejecuta los actos de comercio cuyo contenido es patrimonial y profesional.
- Se obliga al mercader a llevar contabilidad para el pago de los impuestos.
- Su dogmática es muy deficiente y responde a las ciencias jurídicas de la época.
- Rigieron en el Perú hasta la promulgación del Código de Comercio de 1853.
- El sistema adoptado es de raigambre subjetiva.



CAPITULO IV

**EL COMERCIANTE Y LOS ACTOS  
DE COMERCIO EN EL CÓDIGO  
DE COMERCIO DE 1902**

---

Aunque el Código de Comercio de 1902 tomó como base el Código de Comercio peruano de 1853, fue copia fiel del Código de Comercio español de 1885 que tuvo como antecedente al Código de Comercio español de 1829, influido por el Código de Comercio napoleónico de 1807.

De acuerdo con los principios de la ciencia jurídica, el Código de Comercio de 1902 pretendió regir todos los actos y operaciones mercantiles, cualesquiera que sea el estado o progresión de las personas que los celebraban. Así, a diferencia del Código de Comercio de 1853, que se caracterizaba por el criterio subjetivo, pues calificaba a las personas obligadas a observar sus preceptos. De esta manera se celebraba y concedía mucha importancia a las formas y solemnidades necesarias para adquirir la inscripción de la matrícula o el registro de los que ejercían la profesión mercantil en cada departamento.

El Código de Comercio de 1902, en cambio, se fija principalmente en la naturaleza de los actos o contratos para atribuirles o no la calificación de mercantiles, con independencia de las personas que en ellas intervienen, limitando su número a los que taxativamente consignó el legislador en el antiguo código.

Así pues, existen dos conceptos opuestos de Derecho Mercantil o Comercial en el anterior Código de Comercio (1853) y el actual de 1902. Según el código anterior eran comerciantes los inscritos en la matrícula como tales, previos los requisitos establecidos, y los que ejercían habitualmente actos positivos de comercio declarados por ley; y no se conocían más actos mercantiles que los calificados previamente por el legislador.

Según el Código de Comercio de 1902, se reputan comerciantes todas las personas capaces de contratar y obligarse que ejerzan habitualmente actos que merecen el nombre de mercantiles, aunque el legislador no se haya ocupado de ellos.

El Código de Comercio de 1902, se promulga el 15 de febrero y entró en vigencia el 1 de julio de 1902, el mismo que en su Libro Primero regula “De los comerciantes y los actos de comercio”. Este libro se compone de (7) secciones. Los artículos 1, 2 y 3 de la primera sección sobre la definición de comerciante, actos de comercio y presunción legal de ejercicio habitual de comercio se mantienen vigentes.

El artículo 1 de este código establece que son comerciantes los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente y las compañías mercantiles o industriales que se constituyeran con arreglo al Código (debe entenderse ahora conforme a la Ley General de Sociedades N° 26887). El Código establece una definición legal de comerciante, aunque no en forma directa, sino que lo hace en forma indirecta al enunciar sus requisitos.

Según el Código de Comercio peruano, el comerciante individual es toda persona física o natural que teniendo capacidad legal para ejercer el comercio se dedica a él habitualmente; sin embargo consideramos que la definición es incompleta y

confusa toda vez que hay personas que no obstante tener capacidad legal para ejercer el comercio y ejercerlo efectivamente no son comerciantes, tal como ocurre por ejemplo con el personal auxiliar del comerciante como el factor o dependiente, el apoderado en general o los directores, gerentes y administradores de las sociedades comerciales que ejercen el comercio, pero no a nombre propio sino a nombre del comerciante individual o colectivo.

Los mandatarios o representantes legales de quienes ejercen el comercio no son comerciantes, el Código ha omitido agregar como nota configurativa de la calidad de comerciante que el ejercicio del comercio sea en nombre propio, como si lo hace por ejemplo el Código de Comercio argentino.

El artículo 1 del Código de Comercio de 1902 califica en forma expresa al comerciante, ya que además de la capacidad legal se desprende que el estado de comerciante se adquiere durante el ejercicio profesional y habitual de actos de comercio. El artículo 3 hace una calificación presunta legal del ejercicio habitual del comercio, desde que la persona anunciare el establecimiento creado para realizar alguna operación mercantil por circulares, periódicos, carteles, rótulos expuestos al público o de otro modo cualquiera. Este texto es bastante claro al referir quienes tienen calificación presumible de ser comerciantes.

Finalmente, debemos establecer que la calidad de comercio mercantil tiene una gran importancia dentro del Derecho Comercial, ya que se trata de codificaciones inspiradas en el sistema subjetivo, en el que el Derecho Comercial se agota en torno al comerciante. La actividad de este como tal sirve para demostrar cuales son los actos de comercio; en cambio en los sistemas objetivistas,, como es el caso de nuestro Código de Comercio, por las consecuencias que tiene no puede dejar de precisarse la condición de comerciante.

El artículo 2 del Código de Comercio de 1902 se refiere a los actos de comercio prescribiendo que “Los actos de comercio, sean o no comerciantes los que los ejecuten, y estén o no especificados en este código, se regirán por las disposiciones contenida en él, en su defecto, por los usos del comercio observados generalmente en cada plaza; y a falta de ambas reglas, por las del derecho común.”

El autor BOLAFFIO considera que acto de comercio es “Todo acto o hecho jurídico de interposición económica determinada por la especulación”.

La imposibilidad de definir y sistematizar el acto de comercio en forma unitaria originó la insuficiencia de dicho concepto para determinar el contenido del Derecho Comercial. Por eso hubo que recurrir a otros criterios para acotar el campo propio de esta disciplina. El Derecho positivo se vio precisado a enumerar los actos de comercio, pero surgió el problema de decidir si la enumeración debía ser taxativa o solamente enunciativa. La primera situación implicaba la posibilidad de que, debido al carácter progresivo y dinámico de la actividad comercial, muy pronto quedarían fuera de las disposiciones legales muchos actos no enumerados, no obstante, su

naturaleza mercantil. La segunda solución encontraba como dificultad el riesgo de extender, por analogía, con los actos de comercio, materia de la enumeración, el carácter de comerciales a actos capaces de desnaturalizar las reglas jurídicas.

El artículo 2 de nuestro Código de Comercio de 1902 usa una sola fórmula exclusiva, ya que no solo hace referencia a los actos contenidos en él, sino que expresamente alude a aquellos que “estén o no especificados” en el Código, recurriendo en la parte final de dicho artículo a la naturaleza análoga del acto.

Como puede apreciarse, el dispositivo citado no hace una enumeración directa de los actos de comercio, como ocurre en otros códigos, el Código de Alemania, por ejemplo, sino que hace alusión a los actos comprendidos en el propio código. Serán, pues, actos de comercio todos aquellos de lo que trata el Código en sus diversas disposiciones (enumeración indirecta) y los de naturaleza análoga.

En conclusión, nuestro Código de Comercio de 1902 legisla sobre el comerciante y los actos de comercio, es decir, que adopta la perspectiva de Derecho Comercial subjetivo y el Derecho Comercial objetivo. No pone énfasis, sin embargo, en la característica original del Derecho Comercial de ser un derecho subjetivo, por ser un derecho de excepción solo para un determinado grupo denominado “comerciantes”, quienes tenían sus reglas propias e inclusive una jurisdicción especial y privativa. Este código adoptó, además, una visión objetiva introduciendo la noción de acto de comercio y sometiendo a las reglas del Derecho Mercantil a todo acto que se definiera como tal, independientemente de quien lo realizara.

Por lo tanto, el acto de comercio regulado en el Código de Comercio de 1902 constituye la base y fundamento de la legislación mercantil y es, a decir de muchos estudiosos, lo que permitió a la disciplina jurídica del Derecho Comercial su expansión y progreso, pues sin este concepto el derecho mercantil habría continuado como un derecho de excepción, limitado a determinada clase social, a los comerciantes y a la actividad de estos como tales.

CAPITULO V

**EL COMERCIANTE Y LOS  
ACTOS DE COMERCIO EN  
EL PROYECTO DEL NUEVO  
CÓDIGO DE COMERCIO-LEY  
MARCO DEL EMPRESARIADO**

---

El Código de Comercio de 1853 regulaba todas las instituciones mercantiles, teniendo como eje principal al comerciante; es decir adoptó la tendencia subjetiva del Derecho Comercial por la cual sus normas solo se aplicaban a la clase social de los comerciantes.

El Código de Comercio de 1902 tenía como eje central a los actos de comercio, adoptando la tendencia objetiva del Derecho Comercial que surgió con el Código de Comercio de 1807 o Código de Comercio napoleónico. En este caso el Derecho Comercial se aplicaba a todas las personas y no sólo a una determinada clase social, es decir que el Derecho Comercial se aplica a los comerciantes y no comerciantes.

Posteriormente a la dación del Código de Comercio de 1902, se fueron dando en el mundo varios fenómenos que también se aplicaron en el Derecho Comercial peruano. El fenómeno de la descodificación consistió en que determinadas instituciones reguladas en el Código de Comercio de 1902 eran extraídas o sacadas de este para ser reguladas en leyes especiales, tales como la Ley de Sociedades Mercantiles N° 16123 (ahora Ley General de Sociedades. Ley 26887), la ley de instituciones bancarias, financieras y de seguros (ahora ley general del sistema financiero y del sistema de seguros y la ley orgánica de la superintendencia de banca y seguros).

La Ley de Títulos Valores N° 16587 (ahora Ley de Títulos Valores N° 27287), la Ley Procesal de Quiebras N° 7566 (posteriormente ley de reestructuración empresarial y por ley N° 27146 se modificaron diversos artículos de la ley de reestructuración patrimonial, aprobada por Decreto Legislativo N° 845; y ahora por Ley N° 27809 se aprueba la ley general del sistema concursal). Decreto Legislativo N° 845 Ley del Registro Fiscal de Ventas a plazos, entre otras.

Otro fenómeno fue el denominado la civilización del Derecho Mercantil, que consistió en que determinadas instituciones reguladas en el Código de Comercio pasaron a regularse en el Código Civil. En el mundo este fenómeno se puso de manifiesto en Suiza cuando se dictó el Código Único de las obligaciones civiles y mercantiles. En Italia se llevó el Derecho Mercantil al Código Civil.

En el Perú el fenómeno de la civilización se dio cuando el Código Civil de 1984 incorporó en su texto los contratos mercantiles de compraventa, permuta, depósito y fianza, que antes se encontraban regulados en el Código de Comercio.

Un tercer fenómeno fue el denominado fenómeno de la empresa, donde el Derecho Comercial ya no tiene como eje central al comerciante y tampoco a los actos de comercio, sino que el eje central está constituido por la empresa. Este fenómeno en Latinoamérica se dio en los países de Colombia y Honduras, donde han expedido sus códigos de comercio consagrando como eje principal a la empresa y no al comerciante, ni a los actos de comercio.

Ante el surgimiento de estos fenómenos, el Código de Comercio peruano de 1902 resultó totalmente desfasado, por lo que se adoptó medidas para poner la legislación comercial a tono con la realidad mercantil y con los cambios sociales.

Mediante Ley 26595 del 20 de abril de 1996, se creó la comisión especial encargada de elaborar el proyecto del Código de Comercio, integrada por representantes del poder legislativo y diversas instituciones como son la Cámara de Comercio de Lima, las facultades de Derecho, APEMIPE, CONASEC, INDECOPI, el Ministerio de Justicia, entre otros.

Posteriormente, por ley 26751 y 26936 se ampliaron los plazos para la elaboración del Código de Comercio.

En esta comisión se suscitaron una serie de discusiones entre sus miembros, sobre si era factible dar un nuevo Código de Comercio o debería tener otra denominación. Por eso mediante ley 26936 del 28 de marzo de 1998, a propuesta de la comisión especial se facultó a la comisión o cuerpo legal a que sustituya la denominación.

La comisión optó por denominarlo Ley General de la Empresa y el 6 de mayo de 1999 se publicó en el diario oficial El Peruano el anteproyecto de la Ley Marco del Empresariado, cuya elaboración fue enriquecida con los aportes de las personas naturales y jurídicas. En marzo del año 2002 se difundió el proyecto de ley N° 220: propuesta alternativa de la Cámara de Comercio de Lima.

El proyecto de la ley marco del empresariado ya no contemplaba la figura del comerciante y de los actos de comercio sino “De la empresa, fondo empresarial, del empresariado y de la actividad empresarial.” A continuación trataremos de cada una de estas cuatro figuras prescritas en el proyecto.

## **5.1. LA EMPRESA**

La legislación empresarial está disgregada en diversas leyes especiales, en las que se dan diferentes conceptos o regulaciones. La ley de reestructuración patrimonial, por ejemplo, define a la empresa como “ ... organización económica y autónoma en la que confluyen los factores de producción, capital y trabajo, con el objeto de producir bienes o prestar servicios, establecida de hecho o constituida al amparo de cualquiera de las modalidades contempladas en la legislación nacional”.

La Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada define esta modalidad empresarial como una “persona jurídica de derecho privado, constituida con voluntad unipersonal con patrimonio propio distinto al de su titular, que se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de pequeña empresa”.

La nueva Ley General de Sociedades establece en su artículo primero: “ quienes constituyen la sociedad convienen en aportar bienes y servicios para el ejercicio común de actividades económicas”.

La mayor parte de la actual legislación empresarial si bien no define a la empresa en términos genéricos, se fijan atribuciones o funciones totalmente disímiles. Esta falta de coherencia legislativa ha llevado a erróneas interpretaciones:

**Empresa** = Sociedad

**Empresa** = Sujeto de derechos y obligaciones

Nada más equívoco. Para poder hacer la diferenciación debida es menester determinar que se entiende por “ empresa”.

No es una tarea fácil, sin duda, definir a la empresa uniformizando criterios empleados en nuestra legislación, toda vez que las definiciones existentes son de carácter económico y no jurídico.

En la legislación comparada, el Código de Comercio de Honduras fija un concepto empírico de empresa mercantil “conjunto unitario de elementos que sirven al comerciante para desarrollar su actividad profesional”. La concepción de la empresa se ve desde un punto de vista contable, toda vez que la pluralidad de elementos se refiere a un mismo sujeto económico.

Por su parte, el Código de Comercio de Colombia define a la empresa como “ toda actividad económica organizada para la producción, transformación, custodia de bienes o para la prestación de servicios”. Todas estas definiciones se dan desde una perspectiva estrictamente económica.

Así la empresa puede definirse de manera genérica como “ una organización económica destinada a la producción, transformación o comercialización de bienes o a la prestación de servicios”

## **5.2. FONDO EMPRESARIAL**

La empresa como organización económica está relacionada con la existencia de un fondo empresarial y la actividad del empresario

El proyecto considera al fondo empresarial como el conjunto de elementos organizados por una o más personas naturales o jurídicas, destinados a la producción, transformación o comercialización de bienes o a la prestación de servicios.

El concepto de fondo empresarial es el denominado en otras legislaciones como hacienda mercantil ( Italia), fondo de comercio (Francia) y establecimiento ( España)

Cabe destacar que se puede definir el fondo empresarial a partir de un conjunto susceptible de negociación en el mercado de valores.

Las experiencias todavía iniciales en materia de titulación de activos apuntan en esa dirección. El titular de un taller o el comerciante en un mercado debe saber que su fondo empresarial le da un conjunto de ventajas; que su inscripción le permite la limitación de responsabilidad y que en él tiene un conjunto patrimonial susceptible de ofrecerse en garantía para buscar financiamiento.

### 5.3. EL EMPRESARIO

En el Libro II del proyecto se regula al empresario como titular de la empresa. La ley admite que la titularidad corresponda a una persona natural o jurídica. En este último caso, adoptando la posición casi unánime de la doctrina se le otorga a la persona jurídica, como sujeto de derechos, la calidad de empresario.

Es importante poner énfasis en la distinción que la doctrina mercantil ha efectuado desde hace varias décadas entre empresario y empresa y específicamente entre sociedad y empresa. Si tuviéramos que partir de una explicación coloquial diríamos que la empresa es el negocio y el empresario el titular o quien la conduce.

Si A es dueño de una botica. La botica es la empresa y A es el empresario. Si ocurriera que A es una sociedad, la regla es la misma: La botica es el negocio y A la sociedad anónima es el empresario.

La empresa constituye un conjunto de “elementos” organizados. En tal virtud es objeto de derecho y no sujeto de derecho. Es el empresario el que, en su condición de sujeto de derecho crea, modifica, regula o extingue relaciones jurídicas. Es evidente que en la actividad empresarial participan mas sujetos de los que le dieron inicio como, por ejemplo, los accionistas al constituir la sociedad anónima titular de la empresa. Los trabajadores y la administración son parte de la empresa y no de la sociedad.

Al estudiarse las diversas formas de transferencia del fondo empresarial, puede advertirse la diferenciación que la ley propone:

Si A vende a B su fondo empresarial: un nuevo empresario sustituye a otro en la conducción de la misma empresa.

Si los accionistas de una sociedad venden sus acciones: la misma sociedad ( o sea, el mismo empresario) sigue conduciendo la empresa. Cambian los accionistas, pero empresario y empresa no varían.

Si se produce una fusión en una nueva sociedad, sustituye a otras, una absorbe a la otra. En tal caso, un nuevo empresario conduce las mismas empresas o el absorbente agrega a su patrimonio la empresa preexistente de diferente titular.

Si se produce una escisión, una empresa pasa a convertirse en dos y a tener dos titulares distintos. Decimos normalmente, pues podría ocurrir el caso de que uno de los bloques patrimoniales no constituya propiamente una empresa.

El proyecto reconoce como empresario a quien en nombre propio realiza actividad, de hecho o a través de algunas de las formas permitidas por ley. La actividad empresarial se presume en ciertas circunstancias expresamente contemplada en el artículo 41.

#### **5.4. ACTIVIDAD EMPRESARIAL**

Es el conjunto de operaciones que realiza el empresario, persona natural o jurídica, con la finalidad de explotar su fondo empresarial. Según el proyecto de la ley marco, la actividad empresarial se realiza de una economía social de mercado, la misma que implica una libre competencia, libertad empresarial y libre acceso al mercado o a la actividad económica. Estas disposiciones garantizan el ejercicio de la actividad empresarial. El eje central del Derecho Comercial hoy en día es la empresa y por ende el empresario.

#### **6. EL ECOSISTEMA Y LAS DIFERENTES ESTRUCTURAS DE ENCUADRE**

La empresa se asemeja en su evolución a los seres vivos: nace, crece y muere o se transforma. El ecosistema o el medio ambiente de la empresa se desarrolla en el seno de un conjunto económico en el que se interrelacionan y comunican las acciones de otras unidades económicas.

El nexo que define esta interdependencia viene configurado por el citado medio ambiente o mundo exterior, es decir, el sistema social o marco institucional en el que la entidad adquiere sus medios para realizar sus objetivos. En este ambiente se yuxtaponen diferentes “estructuras de encuadre”: marco sociocultural, marco económico y marco político legal. Sin su conocimiento, el concepto de la empresa como realidad económica quedaría vacío de contenido.

Diversos tratadistas opinan que los actos de comercio son prácticas que surgen en el mercado y por ello se desarrollan de la mano con el capitalismo. Es extraño que durante bastante tiempo los estudios económicos sobre la empresa no hayan sido otra cosa que un paso más en el estudio de los mercados, ya que en ellos encontraban su origen y su fuerza motivadora. La preocupación por la empresa, considerada como principal objeto o motivo de investigación, queda pospuesta hasta épocas más cercanas a nuestros días.

Los estudios clásicos, conocidos bajo el nombre de “Teoría de la empresa”, plantean un modelo perfecto y utópico de comportamiento económico, en el que la empresa es un mecanismo más complejo, máxime en las actuales circunstancias sin entrar en una explicación profunda y lógica sobre la estructura y la conducta de la empresa, mucho más compleja de lo que previó la citada teoría y más aún en el momento actual.

El gran desarrollo de la empresa se produce con el surgimiento del denominado capitalismo industrial. La aparición de la máquina con la primera revolución industrial en la Inglaterra del siglo XVIII desencadenó una serie de adaptaciones y reestructuraciones en las empresas. Estas tuvieron que buscar una nueva dimensión, un tamaño superior más acorde con las exigencias de las nuevas tecnologías, propias del inicio de grandes producciones o en gran escala.

Este capitalismo industrial se puede estudiar en tres periodos. El primero se inicia con la citada Revolución Industrial o etapa de la industria de fábrica. Las empresas que asumen con mayor rapidez el progreso técnico son las de la industria textil. Ellas emplearon máquinas en gran escala, por lo que necesitaron grandes capitales. Siguiéron a estas empresas de la industria pesada, muy impulsadas por el ferrocarril, se fundaron grandes bancos que permitieron financiar aquellas industrias. Ya en esa época la reglamentación jurídica de la sociedad anónima se perfecciona y su difusión es total, sustituyendo las antiguas fórmulas societarias de tipo personalista puro y mixto) colectivas y comanditarias.

Todo lo anterior va configurando el concepto moderno de empresa, ya que abandona el modelo de unidad comercial para ser concebida como unidad de producción. Se termina la etapa del protagonismo de la gran empresa comercial para entrar en la de la gran empresa industrial.

El segundo periodo se caracteriza por la aparición de nuevos factores influyentes en la concepción de la empresa. Nos referimos a la intensificación del proceso productivo, a la aparición de técnicas de administración y organización industrial propias de la nueva producción en cadena y en serie y al surgimiento de los grandes monopolios europeos y norteamericanos. Comienzan a aparecer las grandes empresas industriales con concentración de elevadas sumas de capital y grandes necesidades de maquinaria, instalaciones, materias primas y mano de obra.

Las Industrias importantes de aquellos tiempos eran las del acero y el hierro, las del algodón y las del carbón, así como se inician las del automóvil y el petróleo. Este periodo es destacable, entre otras razones de interés económico por el gran incremento del comercio mundial y por el proceso de industrialización de las colonias de las grandes potencias. Etapa, por tanto, que pudiéramos llamar del “neocapitalismo comercial”

Tras este periodo la empresa industrial llega a su madurez y se prepara para el último periodo en el que cobra una nueva dimensión, por lo que hay que estudiarla con otras ópticas, surge un nuevo modelo. Son los instantes de la crisis de estructuras clásicas de organización de tipo funcional y lineo-funcional de tanto éxito en las empresas hasta principios del siglo XX. Surgen, en cambio, las estructuras de organización multidivisional y descentralizada, propias de la gran empresa diversificada y con estrategias monopolísticas, creando sus propios

segmentos de mercado y con coaliciones más o menos explícitas con las grandes firmas competidoras. Nuevas estructuras que maduran tras la Primera Guerra Mundial y que comienzan a implantar las empresas líderes de la economía de la época, como, por ejemplo, Du Pont de Nemours, General Motors en 1920, Standard Oil de New Jersey en 1925 y Sears Roebuck en 1929. Estos son momentos que algunos autores han calificado de Segunda Revolución Industrial, dada la aparición del motor de combustión, el desarrollo de la electricidad y el nacimiento de la electrónica.

El tercer período muy cercano a nuestros días se caracteriza por el triunfo del monopolio y la aparición del llamado “capitalismo financiero”

En la literatura económica, a la hora de referirse a la empresa es muy frecuente encontrar los términos empresa, explotación y sociedad mercantil. Aunque en ocasiones pueden emplearse estos vocablos para denominar a una misma “unidad” hemos de ser consciente de que cada uno de ellos hace referencia a una distinta realidad. Ello es así debido a que en una unidad económica de producción se superponen los aspectos técnicos con los económicos y jurídicos, lo cual no implica ni mucho menos que los límites correspondientes a cada uno de los anteriores términos sean coincidentes. Por ello, vamos a señalar unas notas diferenciadoras que nos permitan una adecuada utilización de los referidos términos. A su vez, es el momento de definir los modelos y estructuras de empresa.

Al término explotación se le viene aceptando como referido a la unidad técnica, es decir, como el “conjunto de procesos tecnológicos aplicados a un conjunto de factores para lograr ciertos resultados”.

Esta actividad técnica puede ser simple o no y puede organizarse con una o varias unidades de gestión u operativas. En una primera época, la empresa primitiva era un simple reflejo de la explotación existente. Estamos ante el modelo inicial de estructura familiar y autoritaria.

La explotación se localiza en uno o más establecimientos o unidades operativas físicas (oficinas, fábricas, almacenes, etc.). Puede darse el caso de que bien por la complejidad del proceso tecnológico, bien porque requiera una elevada intervención su puesta en práctica o por los riesgos que implique, una explotación necesite la integración o cooperación de varias unidades económicas de producción o empresas.

Por otra parte, el término sociedad mercantil representa la “unidad jurídica que regula el conjunto de relaciones que produce el patrimonio del que son titulares dos o más personas”, en otras palabras se define como el “contrato de compañía por el cual dos o más personas se obligan a aportar al fondo común bienes, industria

o alguna de estas cosas para obtener un lucro”. Qué duda cabe que toda empresa ha de tener una personalidad jurídica, bien como empresario individual o como sociedad mercantil en cuanto son reguladas por el Código de Comercio, pero, como luego ampliaremos, la empresa puede desbordar el marco de la unidad jurídica, en cuanto integre más de una sociedad mercantil.

La empresa suele estudiarse a través de los aspectos siguientes:

- a. Actividad económica productiva
- b. Actividad con ánimo de lucro
- c. Actividad con riesgo
- d. Actividad desarrollada y dirigida por un sujeto denominado empresario.
- e. Para entender estos aspectos que en parte también argumenta el Derecho para definir la sociedad, pasamos a exponer las características de la empresa como “unidad económica” de esta forma:
  1. La empresa es una unidad de producción, lo que implica:
    - a. Combina un conjunto de factores económicos según la acción planteada por un sujeto llamado empresario
    - b. Posee una estructura interna u organización entre sus elementos
  2. La empresa es una unidad de decisión, por tanto, de planificación y control que supone:
    - a. Su acción persigue unas metas o fines implícitos y explícitos, que darán lugar a la formulación de objetivos y su correspondiente programación.
    - b. Se desarrollarán unas funciones características en base a los objetivos y a los elementos que componen su estructura.
    - c. Esta actividad implica un riesgo, común a toda acción económica, que aparte de tener este carácter puede tener otros según los aspectos técnico y social (moral) de los factores físicos y humanos que compromete.
  3. La empresa es una unidad financiera, lo que implica:
    - a. Existe un conjunto de personas que mantienen unas relaciones formales e informales con sus motivaciones y comportamientos particulares, que atienden a unos objetivos específicos.
    - b. Aparece una superioridad del poder de la organización sobre la del individuo, lo que implica la existencia de un empresario colectivo y profesional.

- c. Plantea una función objetiva o de utilidad “corporativa” (también llamada “gerencial”) que combina los objetivos particulares de los siguientes grupos:
- Directivos o administradores.
  - Propietarios (permanentes o con control financiero en la empresa y temporales o inversores financieros sin control)
  - Trabajadores

Estas características justifican el concepto de la empresa moderna, que define a la empresa como la “unidad económica que combina un conjunto de elementos humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades técnicas y físico-espaciales, ordenados y dirigidos en base a cierta relación de propiedad y control, con el ánimo de alcanzar unos objetivos determinados”

Si bien es cierto estamos de acuerdo con la reforma del Código de Comercio para adaptarlo a nuestra nueva realidad, por todas las consideraciones expuestas no se debe dejar de lado la regulación del comerciante y de los actos de comercio, toda vez que son elementos esenciales de la regulación de la actividad mercantil, de tal suerte que sí lo que se quiere es regular una ley general de la empresa, también debe regularse la actividad mercantil con sus elementos el comerciante como sujeto de derecho y los actos de comercio como su objeto.

El proyecto busca desarrollar los principios básicos del nuevo derecho empresarial, en concordancia con la Constitución vigente, derogando el Código de Comercio de 1902, sin regular las instituciones jurídicas que contiene éste, lo cual crearía un vacío legislativo lamentable.

Dicho propósito solo se conseguiría en la medida que se unifiquen las obligaciones civiles y mercantiles siguiendo el modelo de los códigos suizos, italianos. No hay que olvidar que todavía quedan artículos vigentes del centenario Código de Comercio, que regulan importantes instituciones mercantiles, las cuales deben ser recogidas en el proyecto de ley o en una ley especial, ya que es imprescindible su regulación.

Se debe dictar previamente la normatividad que regule los contratos mercantiles que tiene vigencia como es el caso del contrato de cuenta mercantil, así como el contrato de seguros y toda la normatividad del comercio marítimo que sigue regulado por el Código de Comercio que se pretende derogar. Creemos que la orientación propuesta en el proyecto se podría mejorar, recopilando todas las instituciones mercantiles en un solo código que podría ser el que se pretende en el proyecto.

# ANEXOS

## GLOSARIO DE TÉRMINOS DE DERECHO MERCANTIL

### "A"

**ACCIÓN.-** Título que establece la participación proporcional que su poseedor tiene en el capital de una empresa. Como tal, la acción convierte a su titular en propietario y socio capitalista de la firma en proporción al monto de acciones que ha suscrito. En la misma medida le confiere el derecho a votar en las asambleas generales de la empresa y a recibir los dividendos que le corresponden de acuerdo a las ganancias que se hayan obtenido. La clase y el número de acciones que posee una persona definen sus derechos y la magnitud de su propiedad. Aunque existen en la práctica muchas clases diferentes de acciones las mismas pueden clasificarse en dos tipos básicos: las acciones *ordinarias* son las que soportan el riesgo de la actividad empresarial pues a ellas pertenecen las recompensas en los buenos tiempos y las cargas en los malos, no otorgando a sus tenedores ningún beneficio o protección especial; las acciones *preferidas*, o *privilegiadas*, dan a sus poseedores una prioridad sobre los tenedores de acciones ordinarias. Dicho privilegio puede referirse al pago de dividendos, a la devolución del capital -en el caso de liquidación de la sociedad- o al derecho a voto. En otros casos las acciones preferidas no tienen derecho a voto porque las empresas las emiten como una forma de obtener recursos financieros, ofreciendo atractivas condiciones a los inversionistas -como por ejemplo un dividendo fijo garantizado- pero sin tener que ceder el control sobre la marcha de la misma. Existen otras diversas modalidades que, según los casos, se utilizan para la emisión de acciones preferidas. Las acciones, por otra parte, pueden ser *a la orden*, cuando figura en ellas el nombre de su poseedor, y *al portador*, cuando son suscritas sin tal especificación. Las primeras se traspasan mediante endoso, en tanto que las segundas son compradas y vendidas libremente en la bolsa de valores donde se cotizan. El precio al que se negocian las acciones refleja tanto su valor nominal, el valor inicial al cual fueron emitidas, como la actitud de confianza o desconfianza que tengan los inversionistas ante el desempeño de la empresa emisora: expectativas ante los dividendos futuros, ampliaciones, desenvolvimiento en el mercado, etc. También influye, en este último sentido, un conjunto de factores macroeconómicos: rendimiento de otro tipo de obligaciones, tasa general de interés prevaleciente, expectativas respecto al desempeño del conjunto de la economía, etc.

**ACCION CAMBIARIA.-** La que se ejercita por falta de aceptación parcial o total de un título de crédito, por carecer éste de pago parcial o total.

**ACCION CAMBIARIA DIRECTA.-** Derecho que tiene el tenedor de un título de crédito para exigir a los obligados el pago del importe del mismo y de los accesorios legales. Se dice que es directa la acción cambiaria cuando se ejercita contra el aceptante o sus avales.

**ACCIÓN LIBERADA.-** Aquella cuyo nominal está totalmente desembolsado

**ACCIÓN NOMINATIVA.-** Aquella que lleva expresado el nombre de su propietario que expide la sociedad emisora.

**ACCIÓN ORDINARIA.-** Acción que no tiene ningún tipo de derechos especiales además de los previstos en la Ley y en los Estatutos sociales con carácter general para todas las acciones.

**ACCIÓN PARCIALMENTE LIBERADA.-** Acción emitida por una sociedad en la que el accionista desembolsa un importe inferior a su valor nominal.

**ACCIÓN RESCISORIA.-** La que permite rescindir los contratos por causa de lesión o fraude para alguna parte.

**ACCIÓN RESOLUTORIA.-** Tiende a obtener la ineficacia de un contrato, por la concurrencia de determinadas circunstancias previstas por los contratantes.

**ACCIONES PREFERENTES.-** Título intermedio entre la acción y la obligación, que tiene una retribución fija si el emisor logra unos beneficios determinados. Generalmente no tiene derecho a voto en las Juntas de Accionistas.

**ACCIONES PROPIAS (autocartera).-** Esta situación concurre en el momento en que una sociedad adquiere acciones que ha emitido ella misma. Para que se pueda realizar esta operación se deben dar una serie de requisitos que son: dotación de una reserva contable especial con cargo a reservas voluntarias o beneficios, límite máximo de acciones propias: en sociedades cotizadas el 5%, autorización previa de la Junta General de Accionistas y además las acciones deben estar totalmente desembolsadas.

**ACCIONISTA.-** Dueño de una o varias acciones en una compañía comercial, industrial o de otra índole. / En las sociedades anónimas, la acción confiere a su titular legítimo la condición de socio y le atribuye los derechos reconocidos en la Ley y en los estatutos. En estas sociedades, el accionista tendrá, como mínimo, los siguientes derechos: A. El de participar en el reparto de las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación. B. El de suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones o de obligaciones convertibles en acciones. C. El de asistir y votar en las juntas generales y el de impugnar los acuerdos sociales. D. El de información.

**ACEPTACION.-** Letra de cambio con promesa de pago que hace el girador de la misma y que, por lo general, se indica mediante la inscripción en la cara posterior del propio documento de la palabra de "acepto" o "aceptamos", seguida de la fecha, el lugar de pago y la firma del aceptante. Cualesquier palabra que indique la

intención del librado de aceptar o pagar la letra es en este caso suficiente. El efecto de la aceptación es hacer que la letra sea equivalente a un pagaré, con el aceptante como librador y el girador como endosante.

**ACEPTANTE O PAGADOR.-** El que accede y por lo tanto se obliga a pagar un título de crédito.

**ACTA.-** Relación escrita de lo sucedido, tratado o acordado en una junta.

**ADMINISTRADOR.-** Persona que administra. / La administración y representación de una sociedad se ejercen por el Órgano de Administración de la misma, según la estructura que tenga dicho órgano de conformidad con establecido en los estatutos sociales. La Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada permite que la administración y representación de dichas sociedades se confie a cualquiera de los siguientes órganos: A) Un Administrador Único, que ejercerá el poder de representación de la sociedad. B) Varios Administradores Solidarios, que podrán actuar indistintamente en nombre de la sociedad tanto para la realización de los actos de gestión como para la representación de la sociedad en juicio o fuera de él. C) Varios Administradores Mancomunados, que deberán actuar conjuntamente de común acuerdo, aunque para representar a la sociedad bastará la actuación de al menos dos de ellos de conformidad con lo que se haya establecido en los estatutos sociales. D) A un Consejo de Administración, que ejercerá colegiadamente la representación de la sociedad, salvo que los estatutos atribuyan a uno o varios consejeros en concreto el poder de representación de la sociedad bien individualmente o bien conjuntamente.

**ACREDITADO.-** En lenguaje jurídico, él que recibe un préstamo o una apertura de crédito.

**ACREDITANTE.-** En lenguaje jurídico, él que hace una apertura de crédito, él que concede un crédito o un préstamo.

**ACREEDOR.-** Toda persona física o moral que tiene derecho a exigir de otra una prestación cualquiera. // Toda persona física o moral que en un negocio entrega valores, efectos, mercancías, derechos o bienes de cualquier clase y recibe en cambio una promesa de pago o un crédito que establezca o aumente un saldo a su favor. // Aquél que tiene crédito a su favor, es decir, que se le debe. Dentro del mecanismo de la partida doble, es acreedora la cuenta que entrega y da salida a algo o bien aquélla que acumula o registra un beneficio.

**AGRUPACION TEMPORAL DE EMPRESAS.-** Unión de dos o más empresas que se unen para afrontar un proyecto común. La Asamblea General está integrada por los representantes o suplentes de los Asociados Las secciones serán ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se celebrarán dentro de los cuatro primeros meses de cada año. Las extraordinarias se reunirán cuando el Presidente del Consejo Directivo lo estime conveniente o cuando se le solicite por escrito, alguno de los miembros de la Asociación del Consejo Directivo lo estime conveniente o cuando se

le solicite por escrito, alguno de los miembros de la Asociación. Las convocatorias a Asamblea General serán suscritas por el Presidente del Consejo Directivo mediante circular que se remitirá por correo a los Asociados y Comisarios Públicos. Las convocatorias deberán contener el Orden del Día, así como la fecha, hora y en que se llevará a cabo la reunión. La Asamblea General sesionará en forma válida en primera convocatoria con la asistencia de la mitad mas uno de los integrantes y del Comisario, sino se pudiese celebrar la Asamblea por falta de quórum, se hará una nueva convocatoria, advirtiendo que la sesión se celebrará en la fecha en que ella se indique y será válida sea cual fuere el número de Asociados que concurran. Presidirá la Asamblea General, el Presidente del Consejo Directivo y en su ausencia el suplente del mismo. Corresponde a la Asamblea General en sesión ordinaria: I. Designar por proposición del Presidente dos Escrutadores que verificarán la asistencia y resultado de las votaciones que se efectúen. II. Resolver sobre la admisión y exclusión de Asociados. III. Revisar y aprobar en su caso los informes de las actividades desarrolladas por la Asociación durante el ejercicio anual anterior. IV. Aprobar en su caso, previo dictamen de los Auditores Externos, informe de los Comisarios Públicos, los Estados Financieros de la Asociación. V. Resolver sobre los demás asuntos contenidos en el orden del día. Todos los acuerdos que se tomen en la Asamblea General, serán asentados en actas que firmarán el Presidente del Consejo Directivo o quién lo substituya y el Secretario de Actas, éste último designado por la Asamblea. Las resoluciones de las Sesiones Ordinarias se tomarán por mayoría de votos. En caso de empate el Presidente tendrá voto de calidad. Las Sesiones Extraordinarias conocerán y resolverán: Reformas o adiciones a los Estatutos; Transformación o fusión con otro u otros Organismos con los mismos objetivos; Disolución de la Asociación; Nombramiento y facultades de las liquidaciones, en su caso, así como la aplicación de bienes.

**ALMACENES GENERALES DE DEPOSITO.-** Instituciones auxiliares de crédito que tienen por objeto el almacenamiento, guarda o conservación de bienes o mercancías y la expedición de certificados de depósito y bonos de prenda, siendo éstos últimos opcionales, cuando a solicitud del depositante se emitan como no negociables los certificados de depósitos. Tendrán también, los almacenes generales de depósitos, la posibilidad de realizar las siguientes actividades: a) transformar las mercancías depositadas para aumentar su valor, sin variar esencialmente su naturaleza; b) transportar mercancías que entren o salgan de su almacén, siempre que éstas vayan a ser o hayan sido almacenadas en éste; c) expedir certificados de depósito por mercancías en tránsito si el depositante y el acreedor prendario dan su conformidad y corren los riesgos inherentes, además de asegurar por conducto del almacén las mercancías.

**ANATOCISMO.-** La acumulación de intereses al principal, para formar un capital que a su vez produzca interés.

**APROBACIÓN / CONSENTIMIENTO.-** Relativo a la Franquicia, es un término inherente al contrato exigiéndose de la parte que desee actuar el consentimiento o aprobación de la otra parte. Por ejemplo, el contrato puede exigir que antes de que el franquiciador pueda transferir su interés en la Franquicia, debe obtener la aprobación/ consentimiento de la Franquicia.

**ARRENDAMIENTO FINANCIERO.-** Es el contrato por virtud del cual se otorga el uso o goce temporal de bienes tangibles, siempre que se cumpla con los siguientes requisitos: 1.- que se establezca un plazo forzoso que sea igual o superior al mínimo para deducir la inversión en los términos de las disposiciones fiscales o cuando el plazo sea menor, se permita a quien recibe el bien, que al término del plazo ejerza cualquiera de las siguientes opciones: a) transferir la propiedad del bien objeto del contrato mediante el pago de una cantidad determinada, que deberá ser inferior al valor del mercado del bien al momento de ejercer la opción; b) prorrogar el contrato por un plazo determinado durante el cual los pagos serán por un monto inferior al que se fijó durante el plazo inicial del contrato; y c) obtener parte del precio por la enajenación a un tercero del bien objeto del contrato; 2.- que la contraprestación sea equivalente o superior al valor del bien al momento de otorgar su uso o goce; y 3.- que se establezca una tasa de interés aplicable para determinar los pagos y el contrato se celebre por escrito.

**ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE FRANQUICIA.-** Véase “Comité de franquiciadores consejeros”.

**ASOCIACIÓN PUBLICITARIA.-** Organización participativa compuesta por franquiciadores y ocasionalmente por la Franquicia, los cuales aportan capital a un fondo monetario común para financiar los programas publicitarios regionales o nacionales. La administración del fondo monetario de las asociaciones publicitarias varían de compañía a compañía: Las Franquicias pueden mantener un control estricto, siendo el fondo monetario gestionado por un comité de franquiciadores o un comité publicitario especial formado por los franquiciadores y la Franquicia que puede supervisar el uso. Véase también “Contribución publicitaria”.

**ASSIGNMENT.-** Autoridad, inherente al contrato, de la cual disfruta el franquiciador para regalar, vender o transferir o disponer de ciertos de derechos de propiedad. Los derechos de propiedad varían de compañía a compañía y podrían incluirse los derechos para vender el negocio, y transferir el acuerdo de Franquicia al vendedor o transferir la propiedad y derechos a la familia y/o al Estado en caso de muerte o invalidez del propietario. Generalmente todos los acuerdos en Franquicias limitan este assignment de una u otra forma.

**AVÍO.-** Contrato de crédito que se destina para el aprovisionamiento de materias primas, pago de salarios y gastos directos de explotación para el fomento de un negocio.

## "B"

**BALANCE DIFERIDO.-** La suma de dinero que el franquiciador debe a la compañía de Franquicia. El balance diferido es generalmente el resto de la cantidad total que se pagó por artículos tales como: equipamiento, adornos, inventario y edificio.

**BANCARROTA.-** Cesación o suspensión que hace un comerciante, u hombre de negocios, de su giro o tráfico, sin pagar sus deudas. Mercantilmente, quiebra o bancarrota son sinónimos, aunque la voz técnica sea sin duda aquélla y no ésta.

**BIBLIA (o Manual de Explotación o Introducción).-** Manual pedagógico propio de cada fórmula de franquicia, y que el franquiciador debe entregar al franquiciado. Permite el reciclaje y asegura la formación permanente del franquiciado. Es también una recopilación de "know-how" (saber hacer) del franquiciador. Esta recopilación debe permitir al franquiciado ser operativo inmediatamente desde su punto de venta, dándole la posibilidad de aprovechar toda la experiencia del franquiciador y ganar, de esta manera, un tiempo considerable.

**BONAFIDE WHOSALE PRICE.-** Definido en la Comisión de Comercio Federal de la Ley de Franquicias y uno de los tres términos empleados para definir un "formato de negocio de Franquicia". Se refiere al precio de los bienes o servicios de uso y hacerlos disponibles para la reventa por el franquiciador, el precio establecido de buena fe sin fraude o engaño.

**BONO DE PRENDA.-** Título expedido por los Almacenes Generales de Depósito autorizados, que acreditan la constitución de un crédito prendario sobre las mercancías o bienes indicados en el certificado de depósito correspondiente. Es emitido a favor del depositante o de un tercero.

**BRAKAWAY FRANCHISEE.-** Un franquiciado, el cual ha dado por concluido su contrato con la Franquicia de forma unilateral. Las obligaciones derivadas de un "brakaway franchisee" pueden incluir algunas o todas las obligaciones siguientes: El pago por daños sustanciales a la Franquicia, la obligación de tolerar una cláusula post contrato de no competir.

**BUENA CAUSA.-** En términos legales, "Razón substancial, aquel que ofrece una excusa legal". En el ámbito de la Franquicia, comúnmente se evoca como fundamentos o razones legales suficientes aquellos que defienden las acciones de una u otra parte, particularmente en el caso de falta de renovación o finalización del contrato de Franquicia.

**BUENA FAMA.-** La reputación o imagen positiva que la Franquicia se ha ganado del público. Aunque no se puede hacer una valoración en términos monetarios concretos, imagen, reputación, merecimiento por parte del público y aceptación contribuyen a la valoración de la compañía.

**BUY-BACK OPTION.-** Término en el contrato de la Franquicia según el cual, si un franquiciador se sale del negocio, la Franquicia retiene el derecho de volver a comprar todo el equipamiento a un precio pactado anteriormente. La opción de volver a comprar por parte de la Franquicia se conserva y no es una promesa.

## "C"

**CÁNON.-** Es una cantidad de dinero entregada con motivo de la concesión de un contrato de franquicia, que paga el franquiciado al franquiciador.

**CAPACIDAD.-** Aptitud de obrar válidamente por sí mismo.

**CAPITAL DESEMBOLSADO.-** El que realmente ha sido suscrito por los socios

**CAPITAL INICIAL / CAPITAL REQUERIDO.-** El significado puede variar de Franquicia a Franquicia, es utilizado para describir el capital monetario que debe aportar el franquiciador al Local de la Franquicia. Cada uno de los siguientes términos pueden utilizarse en este contexto: capital requerido, capital inicial requerido, inversión, inversión de capital. Normalmente en el capital inicial requerido se incluye el honorario de Franquicia.

**CAPITAL SOCIAL.-** Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no. El capital social puede estar representado por: capital común, capital preferente, capital comanditario, capital comanditado, fondo social (en sociedades cooperativas o civiles), etc. Cuando el capital social acumula utilidades a pérdidas, recibe el nombre de capital contable.

**CAPITAL SOCIAL FIJO.-** Se dice del capital de una sociedad o de aquella parte de él, que no puede ser aumentado ni disminuido sin reformar previamente los estatutos respectivos.

**CAPITAL SUSCRITO.-** Es el capital que se han comprometido a pagar los socios o accionistas en una sociedad de capital variable. El capital suscrito es igual al capital social de las sociedades constituidas bajo el régimen de capital fijo.

**CAPITAL VARIABLE.-** Es el que puede ser aumentado o disminuido en cualquier época, siempre y cuando se llenen los requisitos que establece el contrato social.

**CAUSAS DE DEVOLUCIÓN DEL CHEQUE.-** Razones por las que no se cubre el importe del cheque; entre otras: fondos insuficientes, no tiene cuenta el girador, falta la firma del girador, la firma del girador no es igual a la que se tiene registrada, falta la antefirma, falta la rúbrica, falta una firma, la firma está registrada con la de otro apoderado, la numeración del cheque no corresponde a la de los esqueletos ministrados al girador, no es a nuestro cargo, tenemos orden judicial para no pagarlo, ha sido revocado y ya venció el plazo legal para su presentación,

la numeración corresponde a la de un talonario extraviado, el librado se encuentra en estado de concurso o suspensión de pagos, falta la firma de recibi, no hay continuidad en los endosos, etc.

**CEDENTE.-** Persona que transfiere o traspasa a otra un bien, derecho o acción. En los títulos de crédito susceptibles de giro o endoso, el cedente equivale al endosante. En el ámbito de los seguros, asegurador o compañía aseguradora que cede parte de su cartera de riesgos a un reasegurador, el cesionario o aceptante.

**CENTRAL DE COMPRAS.-** Organismo encargado de la selección y agrupamiento de las compras para un grupo de tiendas. En el marco de la franquicia, la central de compras tiene un papel autorizado, pero consiste esencialmente en conseguir que los franquiciados puedan disfrutar de precios más ventajosos.

**CERTIFICADO DE DEPOSITO.-** Título expedido por los Almacenes Generales de Depósito autorizados, que acredita la propiedad de bienes depositados en el almacén que lo expide. Los certificados de depósito son emitidos nominativamente a favor del depositante o de un tercero. En relación a opciones en el mercado de valores es una especie de contrato de depósito emitido en relación a un contrato de opción de compra por un banco aportado por la bolsa de valores para tal efecto, que certifica que el respectivo valor se encuentra en su custodia.

**CHEQUE.-** Título de crédito expedido a cargo de una institución de crédito, por quien esté autorizado por ella al efecto, conteniendo la orden incondicional de pagar una suma de dinero a la vista, al portador o a la orden de una persona determinada. Orden de pago dirigida a un banco, contra los fondos poseídos por el girador. La orden de pago puede ser nominativa o al portador.

**CHEQUE AL PORTADOR.-** Cheque que puede ser cobrado por su tenedor, por especificarse esta leyenda en el beneficiario.

**CHEQUE CERTIFICADO.-** Aquél sobre el cual la institución librada certifica que existen en su poder fondos suficientes para pagarlo. La sola firma del banco girado, puesta en el cheque, hace las veces de certificación.

**CHEQUE CRUZADO.-** Cheque que no puede cobrarse en efectivo, sino que obligatoriamente debe ser ingresado en una cuenta bancaria. En él se trazan dos líneas paralelas diagonales en el anverso, y entre ellas puede no constar designación alguna (cheque cruzado general) o por el contrario constar el nombre de un banco determinado (cheque cruzado especial).

**CHEQUES DE ABONO EN CUENTA.-** Aquéllos en los que el librador o el tenedor insertan la expresión "para abono en cuenta" y que por dicha inserción no son negociables ni pueden ser pagados en efectivo, sino que deben ser abonados en la cuenta que el librador lleve o abra en favor del tenedor.

**CHEQUE DE CAJA.-** Los que expiden las instituciones de crédito a cargo de su propia razón social. Estos cheques deben ser siempre nominativos y no son negociables.

**CHEQUE DE VENTANILLA.-** Cheque emitido por un cliente de un banco que no posee una cuenta corriente pero sí dinero depositado en el mismo. A la hora de realizar una transferencia debe comprarle un cheque al banco, a cambio de una comisión, para que el pago se efectúe.

**CHEQUE DE VIAJERO.-** Cheque garantizado contra su pérdida o robo. Es firmado por el librador al adquirirlo y cuando realiza una compra para permitir al establecimiento comprobar que ambas firmas coinciden y que no se hace de él un uso fraudulento. El establecimiento puede incluso requerir al firmante una identificación personal.

**CHEQUE DEVUELTO.-** Documento que se carga en la cuenta del librador o se regresa a quien lo presenta en ventanilla debido a diversas causas, entre otras, falta de fondos, firma, etc.

**CHEQUE. FORMAS ESPECIALES DEL.-** Cheque cruzado, cheque para abono en cuenta, cheque certificado, cheque de caja y cheque de viajero.

**CHEQUE LIBRADOR DEL.-** Nombre de la institución de crédito autorizada de acuerdo con la Ley de Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares; esta ley dispone que los bancos pueden recibir depósitos en cuentas de cheques y en consecuencia librarse cheques contra ellos.

**CHEQUE. LUGAR DE EXPEDICIÓN DEL.-** Requisito que se cubre con la anotación de la plaza donde el cheque es expedido. No es un requisito esencial de literalidad pero es muy conveniente para poder precisar el plazo legal de presentación de los cheques, ya que varía según el plazo donde esté expedido y donde vaya a ser pagado. Si falta, se presume que el cheque ha sido expedido en el lugar donde el girador tiene su residencia principal; si tienen varios lugares de expedición, se toma como bueno el escrito en primer término y los demás se tendrán por no puestos.

**CHEQUE. LUGAR DE PAGO DEL.-** Segundo de los tres requisitos no esenciales del cheque. Cuando se omite, se entiende que el cheque es pagadero en la plaza donde la institución librada tiene su establecimiento principal. Si menciona varios lugares para el pago, se entiende designado el que está escrito en primer término o el de la oficina principal.

**CHEQUE NOMINATIVO.-** Documento que se expide a favor de un tercero, del mismo librador o del librado. El cheque expedido o endosado a favor del librado no es negociable.

**CHEQUE. PAGO DEL.-** Entrega en efectivo que hace el banco girado al tenedor legítimo del cheque contra el propio documento. Si se trata de un cheque nominativo, el tenedor debe firmar de recibí en el mismo documento; y si es un cheque al portador este requisito no es indispensable. El banco librado no puede negarse a pagar un cheque si no tiene algún motivo justificado aunque haya transcurrido el plazo legal de presentación, si hay fondos suficientes debe pagarlo a su presentación.

**CHEQUE PROTEGIDO.-** Cheque en el cual se protege la cantidad anotada por el librador, generalmente mediante la presión que se ejerce con una máquina protectora de documentos, con el fin de no alterar posteriormente dicha cantidad.

**CHEQUE. PROTESTO DEL.-** Acto que sólo se realiza por falta de pago del cheque. Debe efectuarse ante el banco librado que niegue su pago en el domicilio indicado en el propio cheque y el día de su presentación, que debería ser antes de que transcurra el plazo legal de presentación. En el caso de pago parcial, el protesto sería por la cantidad no pagada. El protesto del cheque puede ser hecho con todas las formalidades del protesto de la letra de cambio, es decir, ante Notario o un Corredor Público Titulado; pero el protesto del cheque puede ser sustituido por

- La anotación que el banco librado ponga en el cheque, debidamente firmada, indicando que fue presentado en tiempo y que no fue pagado total o parcialmente.
- La certificación que haga la Cámara de Compensación cuando el cheque sea presentado oportunamente por su conducto, en el sentido de que fue negado su pago total o parcialmente.

**CHEQUE SALVO BUEN COBRO.-** Documento que se aplica una vez haya sido cobrado.

**CHEQUE. REQUISITOS DEL.-** Son nueve los requisitos que debe contener el cheque, seis de ellos son esenciales y tres no lo son; en el caso de que falte estos tres la Ley suple su omisión: Lugar de expedición (requisito no esencial), fecha de expedición, nombre del librado, lugar de pago (requisito no esencial), orden incondicional de pago, la mención de ser cheque, nombre del beneficiario o la mención de ser al portador (requisito no esencial), cantidad de dinero y firma del librador.

**CHEQUE. TIEMPO OPORTUNO DE PRESENTACIÓN PARA EL PAGO DEL.-** La ley fija los siguientes plazos máximos dentro de los cuales deben presentarse los cheques: a) Dentro de los quince días naturales que sigan al de su fecha, si son pagaderos en el mismo lugar de su expedición. B) Dentro de un mes, si son expedidos y pagaderos en diversos lugares del Territorio Nacional. C) Dentro de tres meses, si son expedidos en el extranjero y pagaderos en el Territorio Nacional. D) Dentro de tres meses, si son expedidos dentro del Territorio Nacional para ser pagaderos en el extranjero, siempre y cuando no fijen otro plazo las leyes del lugar de presentación. Estos plazos se cuentan a partir del día siguiente al de expedición del cheque.

**CIRCULAR SEMEJANTE DE LA OFERTA DE FRANQUICIA (UFOC).-** Documentos de información contractual que son aceptados por todos los Estados que regulan la oferta de Franquicias en venta.

**CLÁUSULA CONTRA COMPETENCIA.-** Es la cláusula o plazo de un contrato por el cual un franquiciador acuerda no comprometerse o mantener ningún interés en una actividad de negocio que compita con el negocio de la Franquicia. Véase también “Operación de competencia”.

**CLÁUSULA DE BUENA FE / TRATO EQUITATIVO.-** Acuerdo por el cual se rigen las obligaciones contractuales esenciales en la relación entre franquiciador y franquiciado, el contrato de Franquicia sin embargo, no puede mostrar todas las obligaciones que una Franquicia debe para con el franquiciador y se ha expuesto que una Franquicia tiene una obligación implícita de trato justo aunque explícitamente no figure en el contrato de Franquicia.

**CLÁUSULA DE NO COMPETENCIA.-** Parte del contrato de Franquicia que prohíbe al franquiciador obtener, gestionar, o mostrar interés en cualquier negocio que ofrezca los mismos o semejantes productos o servicios. Puede también prohibir que el franquiciador se involucre en cualquier actividad de este tipo durante el período de tiempo que le sigue a la no renovación o finalización del contrato.

**CLÁUSULA DE NO OBEDIENCIA.-** Parte del contrato de Franquicia referido a la premisa de que el franquiciador no actúe de acuerdo con los términos del contrato.

**CÓDIGO DE DEONTOLOGÍA.-** El Código de Deontología afecta a los miembros de la federación de franquicia, obligándoles, por el simple hecho de hacerse socio de la misma, a respetar dicho código, aceptar la definición de la franquicia descrita en sus Estatutos y, además, a aplicar sus normas.

**CÓDIGO DE COMERCIO.-** Texto legal que regula las materias concernientes al comercio y los comerciantes.

**COMERCIO ELECTRÓNICO.-** Todo intercambio de datos por medios electrónicos, esté relacionado o no con la actividad comercial en sentido estricto”. En su forma estricta, entendemos en este estudio que “debe circunscribirse a las transacciones comerciales electrónicas, es decir de compraventa de bienes o prestadores de servicios, así como las negociables previstas y otras actividades ulteriores relacionadas con las mismas, aunque no sean estrictamente contractuales, desarrolladas a través de los mecanismos que proporcionan las nuevas tecnologías de la comunicación.

**COMERCIO INTEGRADO.-** Comercio cooperativo que agrupa a un cierto número de comerciantes que han aceptado limitar su independencia cooperando juntos a nivel de las compras y de las acciones de formación y promoción. Incluye también el movimiento de las cadenas voluntarias, especialmente en alimentación, mercería y ferretería.

**COMITÉ DE CONSEJEROS DE FRANQUICIAS.-** Un grupo de franquiciadores, elegidos por la Franquicia y/o por otros franquiciadores, que representan o hablan en nombre de los franquiciadores en litigios con la Franquicia. Las prácticas pueden variar, pero un Comité de consejeros de Franquicia, con el consentimiento de todos los franquiciadores, puede evaluar, gestionar el márketing, publicidad y programas de instrucción y representar en los conflictos a la Franquicia. También se denomina Asociación de propietarios de Franquicia, consulado de franquiciadores, etc.

**COMPANY-OWNED OUTLET.-** Contrato por el cual la Franquicia conserva todo el derecho de propiedad del negocio. En algunos casos, la Franquicia puede contratar empleados para gestionar el local, en otros casos puede poseer el local, el edificio y el equipamiento y arrienda todo al franquiciador, el cual gestiona la tienda a cambio de un porcentaje en las ganancias

**CONCESION DE LICENCIA.-** Contrato por el cual el poseedor de un derecho exclusivo (patente o marca de comercio) alquila dicho derecho a una tercera persona, mediante ciertas condiciones.

**CONCURSO MERCANTIL.-** La declaración que se haga de acuerdo a la ley respecto de un comerciante que incumpla generalizadamente en el pago de sus obligaciones.

**CONSEJO DE ADMINISTRACION.-** Grupo directivo de una sociedad empresarial integrado por personas elegidas por la asamblea general de accionistas. Su función es de dirección y vigilancia. Jerárquicamente se localiza entre la asamblea general de accionistas y la dirección o gerencia general. El número de sus integrantes depende de las disposiciones de la escritura de constitución de la sociedad y sus estatutos, frecuentemente es un mínimo de tres y podrá exigirse o no que sean accionistas. Aún cuando se considera generalmente que una de las funciones principales de un consejo de administración es la fijación de las políticas de actuación, a diferencia de la administración de la empresa propiamente dicha, muchas políticas son iniciadas por la gerencia, quedando sujetas solamente al consentimiento tácito o a la revisión del consejo de administración.

**CONTRATO.-** Convenio formal entre dos o más personas para constituir, reglar, modificar o extinguir un vínculo. Los contratos son indispensables en la práctica comercial pues ellos dan validez jurídica a las transacciones entre las partes permitiendo, en caso de incumplimiento, que operen las leyes vigentes.

**CONTRATO DE DESARROLLO.-** Un término usado para describir el contrato de Franquicia en ciertos casos de Subfranquicias y Multifranquicias. En el acuerdo de desarrollo, la Franquicia concede unos derechos de desarrollo exclusivos a un individuo o varios para mercalizar y vender Franquicias en un área determinada de acuerdo con un programa de desarrollo predeterminado. El franquiciador debe pagar un honorario por desarrollo.

**CONTRATO DE FRANQUICIA.-** Es un documento redactado por el franquiciador, que fija los derechos y las obligaciones de cada una de las partes, definiendo el objeto de la fórmula.

**CONTRATO DE SOCIEDAD.-** El que obliga a dos o más personas a poner en común dinero, bienes o servicios, para la consecución de un fin común, normalmente lucrativo.

**CONTROLADORA.-** La sociedad que de conformidad con el Título Tercero de la Ley, se constituya para la adquisición y administración de las acciones de las Entidades Financieras y de las Empresas. La sociedad controladora, tendrá por

objeto adquirir y administrar acciones emitidas por los integrantes del grupo. En ningún caso la controladora podrá celebrar operaciones que sean propias de las entidades financieras integrantes del grupo.

**CONVERSIÓN A FRANQUICIA.-** Es el proceso por el cual habiendo negocios minoristas comerciales en una determinada industria llegan a ser franquiciadores cuando asumen el nombre comercial y la dirección comercial de la Franquicia. La conversión a una Franquicia ha sido un hecho particularmente difundido en la industria inmobiliaria.

**CUOTA DE FUNCIONAMIENTO.-** Canon que el franquiciado paga al franquiciador en concepto de garantía de recepción de una asistencia técnica continuada para el perfecto funcionamiento del negocio franquiciado.

**CUOTA DE PUBLICIDAD.-** Canon que el franquiciado paga al franquiciador en concepto de participación en los gastos de las campañas publicitarias.

## "D"

**DERECHO DE ENTRADA (o tasa inicial "forfaitaire").-** Es el precio al cual el franquiciador vende su fórmula al franquiciado. Depende esencialmente de ROI (Return on Investment).

El cobro de los derechos de entrada permite al franquiciador acelerar el desarrollo de su cadena, financiando la búsqueda de franquiciados, la formación, las mejoras y la innovación.

**DERECHO DE PRIMERA OPCIÓN.-** El franquiciador tiene el derecho contractual de adquisición, si él así lo decide y si tiene todas las condiciones establecidas por la Franquicia, de cualquier local franquiciado adicional que pueda estar a la venta dentro de su territorio exclusivo.

**DERECHO MERCANTIL.-** El Derecho Comercial o Mercantil es una rama del Derecho Privado incardinado en todas las ramas empresariales. Durante toda la actividad mercantil se tiene contacto con este derecho especial.

**DESCUENTO.-** Operación mercantil consistente en adquirir antes del vencimiento valores endosables rebajando su importe en virtud del adelantamiento del pago que se efectúa.

**DEUDOR SOLIDARIO.-** Persona que esta obligada a pagar una deuda junto con el acreditado, aun sin ser propietario de algún bien adquirido por éste.

**DIRECCIÓN EFECTIVA.-** Se entenderá como sede de dirección efectiva el lugar donde esté centralizada de hecho la gestión administrativa y la dirección de los negocios.

**DISTRIBUCIÓN DUAL.-** Cuando una Franquicia gestiona tiendas de su propiedad al mismo nivel de marketing que sus franquiciadores. La distribución dual no constituye una ofensa contra las leyes de antitrust, pero tal sistema de distribución puede incrementar la posibilidad de infringir las leyes de antitrust.

**DOMICILIO SOCIAL.-** El de una empresa o establecimiento. Lugar en que se halla establecida su representación legal o en donde radique alguna de sus explotaciones o ejerza las actividades propias de su objeto.

## "E"

**EMPRESA.-** Unidad de control y decisión que utiliza diferentes insumos para producir bienes o servicios. Las empresas, según su propiedad, pueden ser *privadas* o *públicas*; en el primer caso pertenecen a un empresario o conjunto de empresarios, mientras que en el segundo la propiedad es del Estado, ya sea a nivel nacional, regional o municipal. La gestión de la empresa, que antiguamente casi sin excepción correspondía al empresario, se encuentra ahora siempre en manos de un cuerpo organizado de empleados especializados, la gerencia, salvo en los casos de empresas pequeñas o de características muy especiales. En las empresas públicas la gestión puede efectuarse directamente por funcionarios gubernamentales o puede estar a cargo de una gerencia técnica, más o menos independiente de las decisiones políticas. La empresa privada es la unidad esencial de una economía de mercado. Es un ente que trata de maximizar sus beneficios planificando sus acciones y estudiando la forma de seleccionar sus insumos y sus productos de modo de obtener la mayor eficiencia en sus actividades. Dicha eficiencia productiva se mide en términos concretos por la ganancia, aunque esta última puede provenir, en condiciones de competencia imperfecta, de muchos otros factores. Las empresas son, por lo tanto, unidades de decisión que efectúan elecciones económicas. De la existencia de múltiples empresas, de muy variadas características, depende la abundante oferta de bienes y servicios que caracteriza a las economías modernas. Cada una de ellas aprovecha una circunstancia particular, un deseo específico de los consumidores o una aptitud especial para producir mercancías que éstos demandan. El estudio del funcionamiento de la empresa, la llamada *teoría de la firma* que desarrollaron los neoclásicos, resultó de suma importancia para el desarrollo de la microeconomía. En la misma se analiza a la empresa como una entidad abstracta que, conociendo la demanda y los costos existentes, trata de maximizar sus beneficios en un mercado competitivo. Se trata obviamente de un modelo abstracto, no de la descripción de la realidad con todos sus matices, que -sin embargo- ha resultado de gran utilidad para hacer predicciones acerca del comportamiento de los mercados y de las firmas que en ellos participan. // Organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. / Lugar en que se realizan estas actividades.

**EMPRESARIO.-** Persona que por concesión o por contrata ejecuta una obra o explota un servicio público. / Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa. // Abstractamente considerado, el empresario es el factor que organiza el proceso de producción. Aunque ésta, en la práctica, es llevada a cabo por un conjunto organizado de especialistas -la gerencia- el empresario sigue siendo el factor decisivo en la creación y desarrollo de las empresas: es él quien invierte el capital necesario para la creación y funcionamiento de las mismas y quien asume, por lo tanto, los riesgos inherentes a la participación en el mercado. Igualmente es el empresario quien, en última instancia, asume las decisiones más importantes en cuanto a la marcha de la firma y quien carga con las pérdidas en el caso de que la empresa fracase. La existencia de sociedades colectivas de diverso tipo diluye a veces estas responsabilidades pero, en todo caso, siempre hay un individuo o grupo reducido de individuos que asume la tarea de coordinación central arriba enunciada.

**ENAJENACIÓN.-** Acto por el que se transmite la propiedad de una cosa o un derecho, ya sea a título gratuito u oneroso (sucesión hereditaria, donación o compraventa, permuta, etc.).

**ENDOSO.-** Transmisión de la propiedad de un documento de crédito extendido a la orden a una tercera persona, mediante una declaración escrita en el dorso. Los endosos se clasifican en Endoso en propiedad, Endoso en procuración y Endoso en garantía. En materia de seguros, es el documento que modifica, previo acuerdo de las partes, las condiciones del contrato y que forman parte de este.

**ENDOSO AL PORTADOR.-** Endosar en blanco un título de crédito, no señalar beneficiario.

**ENDOSO DEL CHEQUE.-** Es aplicable al cheque nominativo lo concerniente al endoso de la letra de cambio. El endoso en blanco es el que con más frecuencia se observa en la práctica, pues resulta muy cómodo y fácil transmitir estos documentos estampando simplemente la firma en su reverso. Los cheques nominativos no negociables, ya sea que se haya insertado en su texto la cláusula no a la orden o no negociable o porque la ley les dé ese carácter, podrán ser endosados solamente a una institución de crédito para su cobro.

**ENDOSO EN GARANTIA O EN PRENDA.-** Es el que atribuye al endosatario los derechos y obligaciones de un acreedor prendario respecto del título y derechos inherentes a éste, comprendidas las facultades que confiere el endoso en procuración. Aquél que se da al endosatario como prenda para garantizar el cumplimiento de otra obligación.

**ENDOSO EN PROCURACION O AL COBRO.-** Clase de endoso que no transfiere la propiedad del documento, pero faculta al endosatario para presentar el documento a la aceptación, cobrarlo judicial o extrajudicialmente, endosarlo en procuración y, protestarlo en su caso.

**ENDOSO EN PROPIEDAD.-** Transmisión del título de crédito y de todos los derechos a él inherentes; no obliga solidariamente al endosante, sino en los casos en que la ley establece la solidaridad. Si se establece ésta, el endosante puede librarse de ella mediante la cláusula sin mi responsabilidad o alguna otra equivalente.

**ENDOSO. REQUISITOS DEL.-** Deben constar en el propio documento o en hoja adherida la mismo. Son cuatro: nombre del endosatario, firma del endosante o de la persona que suscriba el endoso a su ruego o en su nombre, la clase de endoso, el lugar y fecha.

**ENRIQUECIMIENTO.-** Incremento en los activos de una persona o empresa durante un período determinado. El enriquecimiento se concibe como un saldo neto, cualquiera sea su magnitud, pues la palabra no tiene en economía las connotaciones que posee en el lenguaje cotidiano. Sirve como punto de partida para el cálculo del impuesto sobre la renta.

**EQUIPAMIENTO DE FRANQUICIA.-** Material instructivo y/o promocional a disposición de aquellos que quieran informarse acerca de adquirir una Franquicia. Normalmente se incluyen documentos informativos sobre el negocio e historia de la compañía, información financiera y testimonios de franquiciadores actuales, información preliminar sobre honorarios, costes, etc.

**ESCISION DE SOCIEDADES.-** Es la transmisión de la totalidad o parte de los activos, pasivos y capital de una sociedad a la cual se le denominará escidente, a otra u otras sociedades residentes en el país, que se crean expresamente para ello denominadas escindidas.

**ESCRITURA PÚBLICA.-** Documento autorizado por notario o funcionario con atribuciones legales para dar fe de acto.

**ESTATUTOS.-** Conjunto de normas que las sociedades crean para regular el funcionamiento y desarrollo de sus actividades sociales. // Normas que rigen el funcionamiento de una sociedad mercantil. Entre otros aspectos se incluirá: La denominación de la sociedad, el objeto social, la duración de la sociedad, la fecha en que dará comienzo a sus operaciones, el domicilio social, el capital social, etc.

**EXCLUSIVIDAD TERRITORIAL.-** Consiste en el hecho de que la concesión del contrato de franquicia en sí y la puesta a disposición de la marca se limitan a un territorio concreto. Esa exclusividad tiene dos aspectos: (1) el franquiciador se compromete a no dar ninguna franquicia más en la zona en cuestión y a no instalar a ningún otro franquiciado; (2) asimismo, puede comprometerse a no vender directa o indirectamente en dicha zona los productos o servicios franquiciados.

**EXPORTACION.-** Venta de bienes y servicios de un país al extranjero; es de uso común denominar así a todos los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicios, sean estos tangibles o intangibles. Los servicios tangibles corresponden generalmente a los servicios no factoriales tales como, servicios por transformación, transportes diversos, fletes y seguros; y los intangibles

corresponden a los servicios, como servicios financieros que comprenden utilidades, intereses, comisiones y algunos servicios no financieros. // Salida de mercancías por la frontera aduanera de un país y de otros bienes, a través de los límites de su territorio interior, incluidas las compras directas en el país, efectuadas por las organizaciones extraterritoriales y las personas no residentes. // Comprende el valor FOB (libre abordó) de las exportaciones de bienes y los servicios por fletes, seguros y servicios de transformación que se venden al exterior.

## "F"

**FACTOR.-** Entre comerciantes, apoderado con mandato más o menos extenso para traficar en nombre y por cuenta del poderdante, o para auxiliarle en los negocios.

**FEDATARIO.-** Notario u otro funcionario que da fe pública.

**FIANZA MERCANTIL.-** Fianza que otorga una compañía afianzadora obligándose a resarcir un daño. La Ley Federal de Instituciones de Fianzas regula este tipo de compañías.

**FIDEICOMISARIO.-** Es la persona física o moral que tiene la capacidad jurídica necesaria para recibir el beneficio que resulta del objeto del fideicomiso.

**FIDEICOMISO.-** Figura jurídica mercantil en virtud de la cual un fideicomitente destina ciertos bienes a un fin lícito determinado, encomendando su realización a una institución fiduciaria. // Acto por el cual se destinan ciertos bienes a un fin lícito determinado, encomendando a una institución fiduciaria la realización de ese fin.

La ley mexicana sólo acepta el fideicomiso expreso. // Instrumento jurídico, contemplado en la legislación y establecido por la empresa de "autofinanciamiento", para la correcta administración de todas las aportaciones de los consumidores.

**FIDEICOMITENTE.-** Es aquél que entrega ciertos bienes para un fin lícito a otra persona llamada fiduciario para que realice el fin a que se destinaron los bienes. Sólo pueden ser fideicomitentes las personas físicas o morales que tengan la capacidad jurídica necesaria para hacer la afectación de los bienes y las autoridades jurídicas o administrativas competentes.

**FIDUCIARIA.-** Institución financiera expresamente autorizada por la ley, que tiene la titularidad de los bienes o derechos fideicomitados. Se encarga de la administración de los bienes del fideicomiso mediante el ejercicio obligatorio de los derechos recibidos del fideicomitente, disponiendo lo necesario para la conservación del patrimonio constituido y el cumplimiento de los objetivos o instrucciones del fideicomitente.

**FIRMA DIGITAL.-** Datos cifrados de tal manera que el receptor pueda comprobar la identidad del transmisor.

**FIRMA ELECTRÓNICA.-** Se entenderán los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, o adjuntados o lógicamente asociados al mismo, que puedan ser utilizados para identificar al firmante en relación con el mensaje de datos e indicar que el firmante aprueba la información recogida en el mensaje de datos

**FISCO.-** Erario o tesoro público. Hacienda pública.

**FONDOS PROPIOS.-** En una sociedad, los aportados por los socios o producto de su actividad mercantil.

**FORMATO DEL NEGOCIO DE FRANQUICIAS.-** El sistema de Franquicias en el cual el propietario del negocio, franquiciador, compra a la compañía de Franquicia un anteproyecto total para llevar a cabo el negocio. Generalmente está incluida la licencia del nombre de la marca, la marca, el acceso a cualquier información confidencial comercial, y a un claro método definido, y a un conjunto de pautas de conducta para llevar a cabo el negocio. El formato del negocio de Franquicias incluye restaurantes fast food y grandes almacenes, hoteles de carretera, operaciones de alquileres de coches, comerciantes, etc.

**FORUM DE SELECCIÓN.-** Término legal incluido en el contrato de Franquicia que permite a la Franquicia especificar en qué Estados o dentro de que jurisdicciones han de resolverse los desacuerdos.

**FRANCHISE BROKER.-** Agente independiente o intermediario contratado por una compañía para vender Franquicias en su nombre. Su salario es en base a comisiones, por lo general y como agentes de la Franquicia deben actuar de acuerdo con todas las leyes y principios que rigen la venta de Franquicias.

**FRANCHISEE TRAINING.-** Cursos educativos y de instrucción para llevar a cabo el negocio correctamente otorgados por la Franquicia al franquiciado una vez se haya firmado el contrato de Franquicia. El curso puede ser facilitado como parte del honorario inicial o puede ser un gasto adicional para el franquiciado. El curso podría llevarse a cabo en un local que la Franquicia disponga para tal fin o en el local de negocio del franquiciador.

**FRANCHISING.-** Acción de franquiciar y toda técnica ejecutada en esta acción y el sistema en sí, dentro de su complejidad financiera y comercial. Principio de concesión de un nombre comercial acompañado por los procedimientos de uso que incluye y mecanismo económico y jurídico utilizado para poner en marcha el sistema. Se trata de un contrato a través del cual una empresa (franquiciadora) da derecho (a un comercio independiente) a un individuo (franquiciado) a explotar una marca o procedimiento comercial, aportando conocimiento del mercado, consistencia, técnica comercial y de gestión a cambio de unos derechos (una cuota de entrada y un porcentaje sobre los ingresos normales) a cambio de unos derechos

que pueden ser pagar una cuota de entrada, abonar un porcentaje de los ingresos y aceptar las condiciones de ventas que se le imponen. Además, el franquiciado se compromete a dirigir el negocio según unas directrices establecidas, obteniendo la exclusividad de una zona geográfica. La franquicia ofrece la posibilidad de explotar un modelo comercial respaldado por una marca que posee una buena imagen corporativa.

**FRANQUICIA ASOCIATIVA.-** Es para el franquiciador la posibilidad de participar en el capital de la sociedad franquiciada y, eventualmente, para el franquiciado, poder participar en la capital de la sociedad franquiciadora. Es a menudo el caso de las franquicias de hostelería.

**FRANQUICIA CORNER.-** Es la creación de un espacio privilegiado franquiciado dentro de un comercio tradicional, cuyos productos o servicios serán ofrecidos a la clientela según los métodos y especificaciones del franquiciador.

**FRANQUICIA EXCLUSIVA.-** Territorio asignado a un franquiciado en el que una Franquicia acuerda no gestionar un local y no dar Franquicias a otros individuos dentro de ese territorio. Debe tenerse en cuenta que un franquiciador según la ley puede no permitir que otros exporten o importen sus productos en ese territorio.

**FRANQUICIA INDUSTRIAL.-** Dos industriales, el franquiciador y el franquiciado, se asocian de forma y manera que uno de ellos transmite al otro no sólo la tecnología para la fabricación, sino el derecho a poder usar el nombre y la marca.

**FRANQUICIA INTERNACIONAL.-** Se refiere a la expansión más allá de las fronteras de los Estados. Un creciente número de empresas están gestionando con frecuencia franquiciados y/o empresas que poseen locales en países extranjeros. Tales operaciones están teniendo éxito particularmente en Canadá, Japón, Reino Unido y Europa.

**FRANQUICIA DE DISTRIBUCION.-** El franquiciador es comparable a una central de compras en la que se seleccionan y negocian los mejores productos y las mejores condiciones con proveedores, transmitiendo su saber hacer al franquiciado.

**FRANQUICIA DE PRODUCCION.-** El franquiciador es el fabricante de los productos y propietario de la enseña, siendo la calidad de aquellos y la imagen de marca de ésta, garantía ante el mercado. La marca de fabricación y de distribución, son en este caso, idénticas. Se da mucho en confección, calzado, muebles, etc,

**FRANQUICIA DE SERVICIOS.-** El franquiciador se encarga de transmitir el saber hacer a sus franquiciados, pudiendo éstos ofrecer prestaciones idénticas en calidad y precio, sin existir un producto físico transmitido.

**FRANQUICIA MULTI-UNIDAD.-** Un/os individuo/s adquiere/n dos o más tiendas o locales franquiciados de la misma Franquicia.

**FRANQUICIA PROTEGIDA.-** Véase “Franquicia exclusiva”.

**FRANQUICIA REGIONAL.-** Una determinada área asignada a un franquiciador el cual puede comercializar y/o vender otras Franquicias de acuerdo con el contrato. Las Franquicias Regionales pueden estar estructuradas en una variedad de configuraciones geográficas incluyéndose áreas metropolitanas, estatales y combinaciones de Estados. Véase también “Subfranquicias”.

**FRANQUICIA TOTAL.-** También denominada pura o formato de negocio de Franquicia completo. El franquiciador compra una operación completa de negocio: licencia del nombre comercial, marca, y el método y el formato de llevar a cabo los negocios.

**FRANQUICIADO.-** Es el individuo o la sociedad que compra una franquicia a un franquiciador al que se une por contrato.

**FRANQUICIADOR.-** Es el individuo la sociedad que procede a una acción de franquicia, actos preparatorios, búsqueda de franquiciados, control y coordinación de las cadenas franquiciadas.

**FRANQUICIANTE.-** Entidad legal que posee la patente, marcas, métodos y artículos que permite a otros su uso bajo su patrocinio. También denominado Franquicia.

**FRANQUICIATARIO MAESTRO.-** Es la licencia otorgada por un franquiciador a una persona, con objeto del desarrollo de su marca en una determinada región o país.

**FUSIÓN.-** Proceso por el cual se integran los patrimonios de dos o más entidades para crear una nueva que adquiera por sucesión universal los derechos y obligaciones de las entidades fusionadas. Los accionistas de las entidades fusionadas recibirán, a cambio de sus acciones, nuevas acciones de la nueva sociedad, en proporción a su participación y al patrimonio integrado de la entidad fusionada.

**FUSIÓN DE SOCIEDADES.-** Forma especial de unión de sociedades, mediante la cual una de ellas se extingue por la transmisión total de su patrimonio a otra sociedad preexistente, cuyo patrimonio generalmente se acredita; o bien, se contempla como la creación de una nueva empresa con las aportaciones de los patrimonios de dos o más sociedades que en ella se fusionan.

# "G"

**GARANTÍA HIPOTECARIA.-** Tipo de garantía real ofrecida con relación a un bien inmueble por la que se concede al acreedor la seguridad acerca del cumplimiento de una obligación dineraria mediante la constitución de una hipoteca que grave dicho bien inmueble, la cual será realizable si el deudor no cumple con su parte del contrato.

**GARANTIA PERSONAL.-** Por oposición a la garantía real, es aquella que consiste prestar un aval o afianzamiento a una persona para que pueda cumplir con su obligación frente a un tercero.

**GARANTÍA PRENDARIA.-** Garantía real constituida sobre un bien mueble para asegurar el cumplimiento de una obligación por parte del deudor. En caso de que éste no cumpliera, el acreedor tiene derecho a enajenar el bien y recuperar así los fondos que le había prestado.

**GARANTIA REAL.-** La que se basa en bienes tangibles, y que el sujeto del crédito otorga en garantía para responder por la obligación contraída.

**GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.-** Cantidad que podrá cobrar la empresa de autofinanciamiento por los diversos actos que realice para la consecución de los fines del sistema que se fijara porcentualmente de acuerdo con el valor mensual del bien mueble, inmueble o servicio que se contrate.

**GIRADO.-** Librado. Banco que lleva la cuenta del librador.

**GIRADOR.-** Librador. Persona que expide una letra de cambio o un cheque.

**GIRAR.-** Librar. Expedir una letra de cambio o cheque.

**GIRO.-** Transferencia de fondos de la cuenta de una persona a la de otra. // Conjunto de las operaciones que constituyen la actividad de un establecimiento comercial, bancario o industrial.

**GIRO BANCARIO.-** Envío de fondos o dinero por medio de una transferencia bancaria.

## “H”

**HOLDING.-** Palabra inglesa ampliamente usada para referirse a la compañía que controla las actividades de otras mediante la adquisición de todas o de una parte significativa de sus acciones. El término se usa para designar a todo el conglomerado así formado. Los holdings pueden considerarse como una forma de integración empresarial, con todos los beneficios que ésta representa, pero surgen también cuando un grupo de capitalistas va adquiriendo propiedades y firmas diversas, buscando simplemente la rentabilidad de cada una y no la integración de sus actividades. Las leyes antimonopolio pueden restringir esta práctica. Existen holdings que se crean a través de los bancos y otras entidades financieras, holdings que parten del patrimonio de una familia y también holdings conformados por empresas estatales.

## “I”

**IMPUESTO.-** Carga obligatoria que los individuos y empresas entregan al Estado para contribuir a sus ingresos. Sin los impuestos, que históricamente han tomado muy diversas formas, no podría concebirse la existencia del Estado pues éste, como entidad jurídicamente independiente de las personas privadas, no tendría recursos para realizar sus funciones: defensa, prestación de servicios, pago de funcionarios, etc. Los impuestos constituyen por ello el grueso de los ingresos públicos y la principal base para sus gastos. En las sociedades modernas los impuestos se clasifican en dos grandes categorías: *impuestos directos* e *impuestos indirectos*. Los primeros recaen directamente sobre el contribuyente, en tanto persona natural o jurídica, e incluyen los impuestos *sobre la renta*, los que se cobran a las sucesiones y herencias, los impuestos al *enriquecimiento*, y también las cantidades que se pagan al fisco por la realización de diversos trámites personales, como la obtención de documentos de identidad, licencias, pago de derechos, etc. Los impuestos indirectos son los que se cargan sobre las mercancías o las transacciones que se realizan con ellas: así sucede en el caso de los impuestos *a las ventas*, *al valor agregado (IVA)* o *añadido*, cuando se pagan aranceles para importar bienes, etc. La incidencia de uno u otro tipo de impuestos depende de las escalas que se establezcan y de los bienes sobre los que recaigan. Los impuestos directos, en especial aquellos que se aplican sobre la renta, suelen ser *progresivos*, es decir, más que proporcionales en relación a las rentas de los contribuyentes, por lo que se utilizan por los gobiernos que intentan redistribuir la riqueza entre los miembros de la sociedad. Los impuestos indirectos, cuando recaen sobre todos o casi todos los bienes y no sobre los pocos que se consideran suntuarios, resultan en contrapartida *regresiva*, porque los

consumidores de menores recursos no pueden prescindir de la compra de ciertos bienes y servicios y el impuesto, por lo tanto, reduce más que proporcionalmente los ingresos que reciben. Los impuestos directos se calculan normalmente sobre la *renta* o *el enriquecimiento neto* que una persona ha obtenido en un año o período fiscal determinado, o sobre las *ganancias* de las empresas. Hasta hace algunas décadas éste era el impuesto principal que recogían casi todos los gobiernos. A medida que las funciones del Estado fueron creciendo, que se difundieron políticas de corte redistribucionista y que se expandió la seguridad social, las escalas fueron aumentando también, para obtener los ingentes recursos fiscales que se iban requiriendo. Ello llevó a que, más allá de cierto punto, se sintiesen los efectos de tan fuertes cargas impositivas sobre el ahorro y la inversión: al privar a los ciudadanos y las empresas de una significativa proporción de los ingresos que superan una determinada cifra, se desalientan por completo los esfuerzos por aumentar la producción y el ahorro. Los impuestos, por lo tanto, presentan un rendimiento decreciente más allá de cierto punto: la gente prefiere un mayor ocio frente a una renta imponible mayor e, incluso, puede tener que optar por el desahorro para poder mantener un cierto nivel de consumo. Por ello los impuestos directos se han reducido en muchos países durante la última década y han sido sustituidos en parte, como fuente de ingresos fiscales, por los indirectos. El tipo más simple de impuesto indirecto es el impuesto a las ventas, que carga con un tipo uniforme a todas las ventas que se realizan a los consumidores finales. El impuesto a las transacciones, por otra parte, se cobra en cada intercambio comercial que se realiza en la cadena de producción de un bien: por cada transacción el comprador debe pagar un porcentaje fijo que se añade a su costo, el cual, así aumentado, vuelve a ser pechado con el impuesto, produciendo un "efecto cascada" que lleva a multiplicar por varias veces el valor inicial del producto. Por ello actualmente, en casi todas partes, se utiliza el impuesto al valor agregado: en este caso se cargan sólo las transacciones netas entre las empresas, de modo tal que el impuesto recae sobre el diferencial entre el precio de venta final y la suma de los costos parciales. De esta manera cada empresa se ve obligada a actuar, por su propia conveniencia, como agente provisional de retención, pues paga los impuestos de los insumos que utiliza para luego cargarlos en la siguiente fase de la cadena de producción, con lo que se facilita y abarata la tarea de recaudación impositiva; otra de las ventajas del IVA es que no afecta de un modo tan directo al consumo como el impuesto a las transacciones mencionado anteriormente. Cuando los impuestos indirectos recaen sólo sobre cierto tipo de bienes, como en el caso de los productos suntuarios, el resultado final es poco alentador: las cifras recaudadas no suelen ser significativas y en cambio se produce una distorsión, a veces seria, en la asignación global de recursos. Por ello estos impuestos especiales sólo se suelen aplicar a ciertos bienes cuyo consumo se pretende desalentar: cigarrillos, licores, ganancias obtenidas en el juego, etc. En cuanto a los impuestos al *capital* o a la *propiedad*, que los gravan en sí mismos, sin tomar en cuenta las rentas que produzcan, ellos han caído en

desuso o se han aplicado sólo en circunstancias muy especiales. El motivo es que, en la práctica, resultan claramente confiscatorios, desalentando las inversiones y el crecimiento, y erosionando los fundamentos de una economía sustentada en la propiedad privada.

**IMPORTACIÓN.-** Adquisición de bienes o servicios procedentes de otro país. El concepto se puede aplicar también a capitales o mano de obra, etc.

**IMPORTACIONES.-** Es el volumen de bienes, servicios y capital que adquiere un país de otro u otros países. Representa el valor CIF (COSTO, SEGURO Y FLETE) de los bienes importados, así como los servicios por fletes y seguros que se compran en el exterior.

**INSOLVENCIA.-** Situación del deudor que le imposibilita el cumplimiento de obligaciones por falta de medios.

**INTEGRACIÓN.-** Reunión de diferentes actividades industriales bajo una dirección unificada. La integración se produce cuando una empresa compra o decide crear otras empresas para ampliar o complementar sus actividades productivas. La integración se denomina *vertical* cuando una empresa expande su participación en diversos puntos de la cadena productiva. Esta puede ser *aguas arriba*, cuando la firma compra plantas productoras de insumos para los artículos que produce o se dedica a la producción directa de las materias primas que intervienen en la fabricación de los artículos que vende, o *aguas abajo*, cuando se procede en forma inversa. Ejemplo del primer caso es la compra de fundiciones por parte de fabricantes de automóviles; un caso de integración aguas abajo es la compra de puntos de venta para la salida de ciertas mercancías. La integración vertical, por lo tanto, abarca diversas ramas y sectores productivos, permitiendo la complementación entre ellos. Esto reduce los costos de transacción, permite la oportuna oferta de bienes y servicios y facilita la gestión de las empresas integradas, aunque -más allá de cierto punto- puede aumentar también los costos de gestión, especialmente en cuanto a la administración del personal, la coordinación entre diversos departamentos de la empresa, etc. La integración *horizontal* se refiere, en cambio, a la fusión entre empresas que se dedican a la misma actividad, que producen bienes semejantes o que aplican la misma tecnología a procesos relativamente parecidos. En este caso se amplían obviamente las economías de escala y se puede llegar a tener el control de una mayor porción del mercado de un producto, generándose así una tendencia hacia la monopolización. También se habla a veces de integración *diagonal*, término que indica la existencia de actividades de servicios auxiliares que encajan "oblicuamente" en la principal actividad de una empresa como, por ejemplo, cuando un servicio de reparación o de carpintería puede ser conveniente y económico para una empresa. El proceso de integración es parte importante y normal de la vida económica en un mercado libre; si bien puede conducir al monopolio esto es compensado, normalmente, con la incorporación de nuevas firmas a los mercados. En todo caso la integración es impulsada por las economías de escala y los costos de transacción existentes y la tendencia a la misma se reduce cuando estos factores dejan de tener verdadera importancia.

## “L”

**LEGITIMACIÓN NOTARIAL.-** Acto por el que un notario da fe del contenido de un documento o de la autenticidad de una firma.

**LETRA DE CAMBIO.-** Título-valor con fuerza ejecutiva propia, por el que un acreedor (librador) obliga a su deudor (librado) al pago de una cantidad de dinero a un beneficiario (que puede ser él mismo) en la fecha de vencimiento. Es un documento negociable y susceptible de endoso. El documento debe contener la mención de ser letra de cambio

**LEYES DE FRANQUICIA NO ENCUBIERTAS.-** Desde 1970, ha habido un extenso desarrollo en las leyes de Estado regulando la oferta y la demanda de Franquicias, generalmente denominadas “Leyes de Franquicia no encubiertas”. Estas leyes se aplican a bastantes, aunque no todas, las oportunidades de negocio conocidas como Franquicias. Normalmente las leyes requieren que un franquiciador registre las Franquicias en el Estado y facilite a cada futuro franquiciador una propuesta explicativa que contenga información referida al franquiciador, la Franquicia ofertada y los términos y condiciones del acuerdo legal.

**LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.-** Ley que promueve y protege los derechos del consumidor, y procura la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

**LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.-** Ley que reglamenta las sociedades mercantiles; indica la forma de administrarlas, modificarlas y extinguirlas.

**LEY GENERAL DE TÍTULOS Y OPERACIONES DE CRÉDITO.-** Ley que rige los documentos necesarios para ejercitar el derecho literal que en ellos se consigna, tales como: letra de cambio, cheque, cheque cruzado, cheque para abono en cuenta, cheque certificado, cheque de caja, pagaré, así como las operaciones de reporto de depósitos, apertura de crédito, cartas de crédito y otras.

**LIBRADO.-** Institución de crédito contra la cual se expiden cheques.

**LIBRADOR.-** Persona que expide y firma un cheque para su pago. Responsable del pago del cheque. En el caso de que un cheque presentado en tiempo sea devuelto por causa imputable al librador, éste sería responsable ante el tenedor de los daños y perjuicios que con ello le haya ocasionado. Además, el librador de un cheque impagado, sufrirá la pena de fraude si se le comprueba que no tenía fondos disponibles al momento de expedir el cheque, o que dispuso de ellos antes de que transcurriera el plazo legal de presentación.

**LIBRO DE ACTAS.-** Los acuerdos de los órganos colegiados de las sociedades mercantiles (Junta General y Consejo de Administración) deben recogerse en un Acta que se transcribe a un Libro de Actas.

**LOCAL FRANQUICIADO.-** Según el sistema de Franquicias, local o sitio de negocio propiedad del individuo/s que disfruta de los derechos otorgados por la Franquicia. Véase “Local propiedad de la compañía”.

## “M”

**MARKETING.-** Conjunto de las técnicas y acciones necesarias para la comercialización de un producto. El plan marketing de una franquicia es, por lo tanto, el programa de venta de dicha franquicia.

**MASTER FRANQUICIADO.-** Franquiciado que ha obtenido el derecho de explotar la franquicia nombrando sub-franquiciados en la zona de su exclusividad.

**MERCANTIL.-** Relativo al tráfico comercial, al comerciante individual o sociedades mercantiles.

**MERCANTILISTA.-** Jurista experto en Derecho mercantil.

**MULTI FRANQUICIA.-** Posibilidad que tiene un franquiciado, bien de abrir uno o más puntos de venta en la zona de exclusividad territorial, o bien de crear uno en una zona virgen.

**MONOPOLIO.-** Situación en la cual una mercancía o servicio es provista por un solo vendedor. Dado que en la práctica es corriente encontrar sustitutos próximos para la mayoría de los bienes y servicios, los monopolios absolutos son bastante infrecuentes, aunque, por otra parte, casi todos los productores ejercen algún grado de monopolización del mercado, ya sea por características específicas de las mercancías que producen o porque las mismas no se ofrecen en idénticas condiciones de tiempo y espacio con las que compiten con ellas. De allí que, en una economía de mercado, el monopolio puro resulte un caso límite, de algún modo comparable al de la competencia perfecta. Tres factores, muy diferentes entre sí, conducen a la monopolización. El primero, y con mucho el más importante, es la ley o, en términos más amplios, las decisiones del poder político: cuando el Estado se reserva para sí diversas actividades o cuando las limita a una empresa privada por medio de concesiones y licencias nos hallamos frente a un monopolio que no surge de las relaciones económicas sino que es impuesto a la comunidad desde el Estado. Así han surgido, desde tiempos inmemoriales, actividades reservadas al gobierno o a algunos de sus funcionarios. En tiempos modernos ello se ha traducido en la reserva para el sector público de ciertas industrias -llamadas a veces básicas o estratégicas- como el petróleo, la aeronavegación, los ferrocarriles, los armamentos, etc. En otros casos se han dado formas atenuadas de monopolización, como cuando el Estado exige licencias para el uso de los canales de radiodifusión y televisión, etc. Hay ciertas condiciones naturales, en segundo lugar, que dan origen o favorecen la

creación de monopolios. El *monopolio natural* aparece cuando el tamaño de la unidad productora en relación al tamaño del mercado es tal que cualquier incremento en la producción puede hacerse con costos medios decrecientes. En tales condiciones una empresa puede atender a todo el mercado, con lo que se genera espontáneamente un monopolio. Asimismo, cuando una industria se basa en la explotación de un recurso natural que se encuentra en muy pocos lugares del planeta, o cuando la entrada al mercado requiere de inversiones muy grandes, tienden a generarse monopolios o, con más frecuencia, oligopolios. Así sucede cuando hay que instalar líneas de distribución o comunicación -como en el caso de las empresas eléctricas o telefónicas- con ciertas explotaciones mineras, etc. Ha sido política de muchos países la de reservar para el Estado la explotación de estos monopolios, con el argumento de que así pueden controlarse mejor los precios y proteger al consumidor. De hecho, sin embargo, las ineficiencias asociadas a la gestión estatal de las empresas han hecho que muchas de ellas se hayan privatizado, limitándose el Estado ahora a supervisar el desempeño de tales compañías. Un tercer elemento a tener en cuenta es la monopolización que surge de las prácticas normales de las empresas que intentan expandir su participación en el mercado. Cuando una de ellas posee una innovación tecnológica protegida por una patente, o cuando desarrolla una agresiva campaña publicitaria que incrementa una participación ya alta en el mercado, se generan condiciones propicias para el monopolio. En tales casos puede hablarse de monopolio *institucional o reputativo*. Ello ocurre por lo general con productos de alta tecnología, que no pueden ser copiados fácilmente por los competidores, y con ciertas mercancías de consumo masivo, que generan hábitos bastante difíciles de revertir. De todos modos estos monopolios raramente tienen el carácter absoluto y extendido que se presenta cuando se originan en medidas gubernamentales o por causas naturales, pues lo normal es que, en un período más o menos corto, otras firmas entren a competir por el mercado. Cuando una empresa está en una situación monopolística obtiene ganancias extraordinarias, pues puede aumentar los precios de venta y con ello la tasa de beneficio más allá de lo que se lo permitiría una situación de competencia perfecta. De aquí que se produzca, teniendo en cuenta la elasticidad de demanda del bien considerado, una reducción del volumen de consumo, que la empresa compensa con creces gracias al mayor precio que puede imponer. Por tal razón, en varios países, existen leyes que regulan la formación de monopolios y cárteles, especialmente mediante la prohibición de ciertas fusiones o compras de unas empresas por otras. Ello, sin embargo, puede resultar también dañino para la economía: en muchos casos será imposible entonces aprovechar las economías de escala que surgen de la ampliación de la producción. Por eso se considera que la mejor manera de evitar la monopolización es eliminando todo tipo de barreras que puedan existir para el ingreso de nuevos productores al mercado: simplificación de los trámites administrativos para la creación de nuevas empresas, eliminación de concesiones y licencias, privatización de empresas del Estado y, en general, vigencia de un marco normativo que estimule la libre competencia.

## "N"

**NOMBRE COMERCIAL.-** El que sirva para diferenciar al comerciante en su tráfico. Por nombre comercial se entiende en tal texto "el nombre, razón social o denominación bajo la cual se da a conocer al público un establecimiento agrícola, industrial o mercantil".

**NOMINATIVO.-** Se aplica a los títulos e inscripciones que se extienden a favor de una persona determinada, en oposición a los que son al portador. Objeto social Es la actividad a que se dedica la sociedad mercantil, consistiendo normalmente en la explotación de una empresa. Se menciona en los estatutos sociales y, tratándose de sociedades anónimas, el objeto social se señalará determinando las actividades que integran aquél. Por ello, no es admisible que los estatutos refieran como objeto social «cualquier actividad mercantil lícita». El cambio de objeto social puede operarse no sólo por la alteración de la actividad empresarial, sino también por sustituir la forma de su explotación; así, cuando se deja la explotación directa de una industria y se sustituye por su explotación en forma de arriendo.

**NOTARIO.-** Es el funcionario público autorizado para dar fe, conforme a las disposiciones legales, de los contratos y demás negocios, actos o hechos extrajudiciales. Aunque funcionario público, no se halla jerarquizado y su actuación está fijada por la solicitud de los particulares los cuales, a su vez, le retribuyen. Como profesionales, asesoran y aconsejan a sus clientes sobre los medios jurídicos más adecuados para alcanzar los fines que se proponen. Como funcionarios públicos ejercen la fe pública amparando la exactitud de los hechos narrados por el notario que quedan, en virtud de la fehaciencia, revestidos de la presunción de que aquello responde exactamente a la realidad de lo narrado; asimismo, y en relación al Derecho, la fe pública ampara las declaraciones de voluntad de las partes, que quedan revestidas de la veracidad de su producción o manifestación.

## "O"

**OBLIGACIÓN.-** Documento en que se reconoce una deuda y se compromete su pago. En un sentido general, una obligación es un vínculo moral que compromete a quien la ha contraído a realizar determinadas acciones, pero en la práctica comercial y financiera la palabra se refiere a un título que deja constancia de una deuda.

**OBJETO SOCIAL.-** Actividad o actividades para cuya realización la sociedad se constituye. El objeto social delimita los actos y negocios a los que se puede dedicar, la inversión de su patrimonio y la capacitación de los administradores. Ha de constar en los estatutos constitutivos de la sociedad y para que pueda figurar como objeto social, la actividad ha de ser lícita, determinada y posible.

**ORDEN DE PAGO.-** Transferencia de fondos a petición del solicitante que se realiza entre sucursales bancarias para que, previa notificación, se pague al beneficiario o se abone en su cuenta de cheques.

**ORDEN INCONDICIONAL DE PAGO DEL CHEQUE.-** La orden incondicional de pago del cheque se encuentra en la expresión Páguese por este cheque. Esta orden no puede estar sujeta a ninguna condición, y si se insertare alguna, se tendrá por no puesta.

## "P"

**PACTO DE EXCLUSIVA.-** El contrato de suministro se caracteriza por la posibilidad del pacto o cláusula de exclusividad, esto es, que las partes no pueden recibir o entregar materias objeto del contrato, diversas y al mismo tiempo se comprometen a no contratar en la misma forma con otros sujetos". El suministrado adquiere la seguridad de no tener competencia en la misma zona y el suministrante de que no se venderá otra mercancía que pueda competir con la suya. El pacto puede establecerse: A favor del suministrante- en este caso, la otra parte no puede recibir de terceros, prestaciones de la misma naturaleza; O del que tiene derecho al suministro.- el suministrante no puede cumplir, igualmente, prestaciones de la misma naturaleza, en la zona exclusiva y durante la vigencia de contrato. Se busca comprometer, mediante la obligación de no hacer, a las partes para que no adquieran o suministren a otro, mercancías del género respecto de aquellas comprometidas en el contrato.

**PACTO DE PREFERENCIA.-** El pacto por el cual el que tiene derecho al suministro se obliga a dar preferencia al suministrante, en la estipulación de un contrato posterior para el mismo objeto, es válido siempre que la duración de la obligación no exceda del plazo de cinco años. Si se ha convenido un término mayor, éste se reduce

a cinco años. El que tiene derecho al suministro debe comunicar al suministrante las condiciones propuestas por terceros y el suministrante debe declarar, bajo pena de decadencia, en el término establecido o, en su defecto, dentro del exigido por las circunstancias o por los usos, si piensa valerse del derecho de preferencia

**PAGARÉ.-** Título de crédito que contiene una promesa incondicional de pagar una suma determinada de dinero, dada por una persona llamada suscriptor a otra que recibe el nombre de beneficiario en un tiempo determinado. Debo y pagaré incondicionalmente. Requisito de literalidad en el documento.

**PAGARÉ BURSÁTIL.-** Título bancario expedido por instituciones de crédito autorizadas por el Banco de México, cuyo interés es pagado a su vencimiento por la institución emisora. Su rendimiento se da con base al diferencial entre el precio de colocación o de compra y su precio de amortización.

**PAGO.-** Cumplimiento de la obligación mediante la ejecución de la prestación debida.

**PAGO A CUENTA.-** Pago que efectúa el deudor como adelanto o en garantía del cumplimiento del adeudo.

**PAGO DIRECTO.-** Es el pago que realiza directamente la aseguradora al prestador de servicios por la atención médica o quirúrgica de enfermedades o accidentes cubiertos por el contrato de seguro.

**PAGO MÍNIMO.-** Importe mínimo señalado en un estado de cuenta de tarjeta de crédito que debe pagar el tarjetahabiente. En caso de no pagarlo se considera cuenta morosa.

**PATRIMONIO.-** Conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica.

**PERIODO DE GRACIA.-** Tiempo que transcurre desde que se hace exigible una obligación hasta su cumplimiento, sin que se aplique pena alguna por el retraso. En materia bursátil tiempo que transcurre entre la oferta de una emisión de valores en el mercado primario y la primera amortización.

**PERSONA JURÍDICA (SOCIAL).-** Organización de personas o de personas y de bienes a la que el derecho reconoce capacidad unitaria para ser sujeto de derechos y obligaciones, como las corporaciones, asociaciones, sociedades y fundaciones. Para que exista persona jurídica es indispensable la presencia de una entidad independiente, reconocida por la ley como tal, o constituida con arreglo a la misma, susceptible de derechos y obligaciones diferentes de los de las personas físicas que los componen.

**PERSONA JURÍDICA.-** Cualquier ente que, sin ser un individuo o *persona natural*, puede ser titular de derechos y deberes jurídicos. La definición de personas jurídicas es esencial para la existencia de las empresas modernas, pues es el único

modo en que éstas pueden realizar sus operaciones dentro de la normativa legal, actuando como entes independientes, separados jurídicamente de sus propietarios o directivos.

**PILOTO O TIENDA PILOTO.-** Es el nombre de un punto de venta o servicio explotado, directamente por el franquiciador, cuyo éxito demuestra el valor del nombre, para ello se necesita tener para cada piloto una contabilidad aparte, sometida al control de un comisario de cuentas.

**PLURI-FRANQUICIA.-** Es la compra por parte del franquiciado de una franquicia diferente, generalmente complementaria a la primera.

**PRÉSTAMO MERCANTIL.-** Todo aquel préstamo en el que bien alguno de los contratantes es comerciante o bien la cosa prestada es destinada a actos de comercio. Este tipo de préstamo puede ser de dinero, de títulos valores o en especie y, en la gran mayoría de ellos, se trata de préstamos con intereses.

**PRODUCT MIX.-** Conjunto de los productos propuestos permanentemente en todos los puntos de venta de una misma cadena franquiciada. Dichos productos deben tener una representación idéntica y corresponder a calidades idénticas.

## "Q"

**QUEBRANTO.-** Pérdida que sufre la empresa, por lo que disminuyen sus utilidades.

**QUÓRUM.-** Nivel de asistencia mínima requerido para que se constituya cualquier tipo de reunión (junta, asamblea, etc.) y sus resoluciones sean válidamente aprobadas.

## "R"

**RAZÓN SOCIAL.-** Nombre legal de una sociedad que ésta utiliza para distinguirse de otras en el tráfico jurídico y económico y bajo el cual contrae sus obligaciones.// La razón social, también llamada "denominación social" es el nombre de la persona jurídica constituida en compañía mercantil y que la distingue de cualquier otra de esta clase. Se habla de razón social, firma o firma social para referirse a la denominación subjetiva de una compañía mercantil, como sucede en la colectiva o comanditaria simple, y que se corresponde con la razón comercial o firma comercial, que es la denominación subjetiva del empresario individual. En las sociedades anónimas, y además de poder utilizar una denominación subjetiva, puede usarse una denominación objetiva, una de fantasía o una combinación de ellas. En todo caso, la denominación no podrá ser idéntica a la de otra compañía mercantil preexistente e irá acompañada de las palabras «sociedad anónima» o de su abreviatura «s.a.».

**REGISTRO MERCANTIL.-** El que, con carácter público, sirve para la inscripción de actos y contratos del comercio, preceptuada legalmente en determinados casos.

**REPORTADO.-** Persona física o moral que adquiere la propiedad de títulos de crédito en una operación de reporto.

**REPORTADOR.-** Persona física o moral que transmite la propiedad de determinados títulos de crédito en una operación de reporto.

**REPORTO.-** Contrato mediante el cual el reportador adquiere por una suma de dinero, la propiedad de títulos de crédito, y se obliga a transferir al reportado la propiedad de otros tantos títulos de la misma especie en un plazo convenido y contra reembolso del mismo precio, más un premio.

**REQUISITOS DE LA LETRA DE CAMBIO.-** Lugar de expedición, fecha de expedición, época de pago (requisito no esencial), orden incondicional de pago, mención de ser letra de cambio, lugar de pago (requisito no esencial), nombre del beneficiario, cantidad de dinero, nombre del girado y firma del girador.

**REQUISITOS DEL CHEQUE.-** Son nueve los requisitos que debe contener el cheque, seis de ellos son esenciales y tres no lo son; en el caso de que falte estos tres la Ley suple su omisión: Lugar de expedición (requisito no esencial), fecha de expedición, nombre del librado, lugar de pago (requisito no esencial), orden incondicional de pago, la mención de ser cheque, nombre del beneficiario o la mención de ser al portador (requisito no esencial), cantidad de dinero y firma del librador.

**REQUISITOS DEL ENDOSO.-** Deben constar en el propio documento o en hoja adherida al mismo. Son cuatro: nombre del endosatario, firma del endosante o de la persona que suscriba el endoso a su ruego o en su nombre, la clase de endoso, el lugar y fecha.

**REQUISITOS DEL PAGARÉ.-** Mención de ser pagaré, promesa incondicional de pago, nombre del beneficiario, cantidad de dinero, época de pago, lugar de pago, lugar de suscripción, fecha de suscripción y firma del suscriptor.

## "S"

**SHOP IN THE SHOP.-** Anglicismo equivalente a “Tienda en la Tienda e indicador de la existencia de una boutique especializada en el interior de otra (generalmente un gran almacén) con un mobiliario y decoración propia de la franquicia. Viene a ser lo mismo que la franquicia corner.

**SOCIEDAD.-** Entidad creada por ley, facultada para adquirir activos, incurrir en obligaciones y dedicarse a determinadas actividades. Se conforma por dos o más socios que adquieren diferentes grados de responsabilidad ante terceros dependiendo de la forma jurídica que revista la entidad. // En un sentido general, sociedad es un conjunto de personas que tienen relaciones entre sí. A esta acepción, que incluye las sociedades de alcance o dimensión nacional, suele hacerse mención en el lenguaje económico cuando se abordan temas de macroeconomía o de política económica. Pero existe otro significado para el término, más específico y limitado en alcance, que también se usa ampliamente: la de un grupo organizado de personas que comparten ciertos fines concretos. Por sociedad se entiende entonces a cualquier empresa que se organiza para realizar actividades económicas. De acuerdo a sus estatutos y forma de constitución las sociedades pueden ser de diverso tipo: existen sociedades personales, donde los socios participan arriesgando todos sus activos; de responsabilidad limitada, donde sólo se hacen responsables por el monto de capital que han integrado; *sociedades comanditarias* o de *nombre colectivo*, donde la responsabilidad de los socios no está limitada a sus aportes sino al total de capital de la empresa; *sociedades o compañías anónimas*, donde se emiten acciones que representan partes del capital total, y muchos otros tipos específicos según la legislación vigente en cada país. Las grandes empresas tienden a constituirse, por lo general, bajo la forma de sociedades anónimas: ello las obliga a

registrarse formalmente ante los poderes públicos pero, en contrapartida, obtienen el derecho a emitir acciones que se cotizan en la bolsa de valores, ampliando así considerablemente su capital. Cuando esto sucede se presenta una oportunidad para la dispersión de la propiedad o democratización del capital, pues cualquier individuo puede invertir aun pequeños montos de dinero en la compra de acciones que le garantizan una participación en las ganancias de la compañía anónima. En estas sociedades la responsabilidad de cada socio está limitada exclusivamente a la parte alicuota del capital que posee.

**SOCIEDAD ANÓNIMA.-** Persona moral formada bajo una denominación que se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. Se abrevia S. A. // Es la sociedad, llamada de capitalistas o de capital, que existe bajo una denominación social y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones (art. 87 LGSM).

**SOCIEDAD COOPERATIVA.-** Forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

**SOCIEDAD COOPERATIVA DE CONSUMO.-** Son aquéllas en las cuales los miembros se asocian con el objeto de obtener en común mercancías, bienes o servicios para ellos, sus hogares o sus actividades de producción.

**SOCIEDAD DE CAPITAL VARIABLE.-** Persona moral en que el capital social puede ser susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos; y de disminución de dicho capital por retiro parcial o total de las aportaciones. Se rige por las disposiciones que corresponden a la clase de sociedad de que se trate, y por las de la sociedad de que se trate, y por las de la sociedad denominada Sociedad Anónima en lo relativo a balances y responsabilidad de los administradores. A la razón social se le agregan las palabras de Capital Variable.

**SOCIEDAD DE AHORRO Y PRÉSTAMO.-** Persona moral con personalidad jurídica y patrimonios propios, de capital variable, no lucrativa, en que la responsabilidad de los socios se limita al pago de sus aportaciones, para participar en ellas se deberá adquirir una parte social de la propia institución. Tienen por objeto la captación de recursos exclusivamente de sus socios, mismos que colocan únicamente entre los propios socios o en inversiones en beneficio mayoritario de los mismos. Su denominación debe ir seguida de las palabras Sociedad de Ahorro y Préstamo.

**SOCIEDAD DE INVERSIÓN.-** Persona moral que tiene como propósito la adquisición de valores y documentos seleccionados de acuerdo con el criterio de diversificación de riesgos, con recursos provenientes de la colocación de las acciones representativas de su capital social entre el público inversionista. Sociedad anónima autorizada por el Estado para recibir fondos del público e invertirlos en una diversidad de

valores con el objeto de ofrecer a los inversionistas, especialmente los medianos y pequeños, la oportunidad de participar en el mercado de valores y diversificar así sus riesgos.

**SOCIEDAD DE INVERSIÓN COMÚN.-** Persona moral que opera con documentos de renta variable y de renta fija.

**SOCIEDAD DE INVERSIÓN DE CAPITAL.-** Persona moral que opera con valores y documentos emitidos por empresas que requieren recursos a largo plazo y cuyas actividades están relacionadas preferentemente con los objetivos de la planeación nacional del desarrollo.

**SOCIEDAD DE INVERSIÓN EN INSTRUMENTO DE DEUDA.-** Persona moral que opera exclusivamente con documentos y valores de renta fija y la utilidad o pérdida neta se asigna diariamente entre los accionistas.

**SOCIEDAD DE INVERSIÓN ESPECIALIZADA DE FONDOS PARA EL RETIRO (SIEFORE).-** Se definen como intermediarios financieros autorizados que sirven de vínculo entre los ahorradores (trabajadores) y los demandantes de capital (empresas y gobierno). Su objetivo fundamental es invertir los recursos provenientes de las cuentas individuales que reciban las AFORES en los términos de las leyes de seguridad social. Estos intermediarios operan mediante la suma de pequeños montos de recursos de un grupo de trabajadores, formando así un capital común, lo que les permite participar en el mercado financiero mediante la compra de instrumentos y valores, y generar utilidades en función de los recursos aportados. Los recursos se pueden invertir en instrumentos avalados por el gobierno federal, instrumentos de renta variable y títulos de crédito que conserven su poder adquisitivo.

**SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.-** Es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la Ley General de Sociedades Mercantiles. Se abrevia: S. de R. L.

**SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES.-** Se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones. Se abrevia S. en C. por A.

**SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE.-** Es aquella que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

**SOCIEDAD FINANCIERA.-** Institución que tiene como objetivo fundamental intervenir en el mercado de capitales y otorgar créditos para financiar la producción, la construcción, la adquisición y la venta de bienes a mediano y largo plazo. Las

sociedades financieras pueden también promover y crear empresas mercantiles, suscribir o colocar obligaciones de empresas privadas, captar fondos directamente del público y realizar otras diversas operaciones financieras

**SOCIEDADES FINANCIERAS DE OBJETO LIMITADO O SOFOLES.-** Podemos llamarlos bancos especializados porque prestan solamente para un sector (por ejemplo, construcción, automotriz) o actividad (por ejemplo, consumo a través de tarjetas de crédito), sólo que en lugar de recibir depósitos para captar recursos tienen que obtener dinero mediante la colocación de valores o solicitando créditos. Su principal producto es el otorgar créditos para la adquisición de bienes específicos como carros o casas u operar tarjetas de crédito.

**SOCIEDAD MERCANTIL.-** Persona moral que se constituye para un fin común en alguna de las formas que se establecen en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

**SOCIEDADES MERCANTILES. CLASIFICACIÓN DE.-** Sociedad en nombre colectivo, Sociedad en comandita simple, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima y Sociedad en Comandita por Acciones.

**SOCIEDADES MERCANTILES. LEY GENERAL DE.-** Ley que reglamenta las sociedades mercantiles; indica la forma de administrarlas, modificarlas y extinguirlas.

**SOCIO.-** Persona que forma parte de una asociación de cualquier tipo: cultural, laboral, política, etc. // Persona que participa en una sociedad ya sea ésta mercantil o civil.

**SOCIO CAPITALISTA.-** Socio caracterizado por aportar a la sociedad de la que se trate capital con la intención de participar en el reparto futuro de los beneficios obtenidos.

**SOCIO INDUSTRIAL.-** En contraposición a socio capitalista, socio que aporta a la sociedad servicios y conocimientos técnicos, científicos o artísticos y que como aquél tiene derecho a participar en el reparto futuro de los beneficios.

**SOCIOS LIQUIDADORES Y SOCIOS OPERADORES.-** Son empresas que ofrecen el servicio de intermediación en el mercado de derivados (MexDer). Al igual que con las casas de bolsa sólo ponen en contacto a los compradores y vendedores por lo que no garantizan rendimientos.

**SUBFRANQUICIAS.-** Sistema por el cual un individuo o varios (subfranquiadores) quienes poseen una Franquicia de zona son los responsables para encontrar nuevos compradores (subfranquiados) y abrir nuevos locales dentro de un área designada. En algunos casos, la compañía matriz, La Franquicia, retiene el derecho a supervisar y vender a los subfranquiados. El franquiciador suele estar más ocupado con la apertura de nuevas Franquicias que con la gestión de éstas. Véase también “Franquicias territoriales.

**SUMINISTRADOR O SUMINISTRANTE.-** También llamado suministrante, proveedor o vendedor. Siendo quien se obliga a realizar para el suministrado la entrega periódica y programada en plazos específicos del objeto o los servicios materia del contrato.

**SUMINISTRADO.-** También llamado suministrario, comprador o consumidor. Siendo quien a cambio de cubrir el costo de los bienes suministrados, contra cada abastecimiento o entrega.

**SUMINISTRO.-** el vocablo suministro deriva del latín SUBMINISTRARE que significa SUB (bajo) y MINISTRAERE servir, y se entiende como "PROVEER LO NECESARIO

**SUSCRIPCIÓN.-** Compra de títulos o acciones.

## "T"

**TÍTULO.-** En general, un documento realizado de acuerdo a la normativa vigente, destinado a probar o dejar constancia de la realización de un hecho. En el comercio y las finanzas un título, por lo regular, es un documento que representa la existencia de una deuda, ya sea ésta pública o privada. Cuando los títulos son *negociables*, es decir que pueden venderse y comprarse libremente en un mercado de capitales, suelen llamarse *títulos valores*; a esta categoría pertenecen las acciones que emiten las empresas y otros instrumentos como bonos, obligaciones, etc. Los títulos pueden ser al portador o a la orden, y se clasifican también en *redimibles*, cuando tienen una fecha de vencimiento determinada, o *irredimibles*, cuando sólo pueden convertirse en efectivo mediante su venta en el mercado de valores.

**TÍTULO AL PORTADOR.-** Título cuya propiedad se acredita por su tenencia, lo que le otorga una gran facilidad para su transmisión.

**TÍTULO DE CRÉDITO.-** Documento necesario para ejercitar el derecho literal que en él se consigna. // Documentos provistos de ciertos requisitos, en los que se hace constar la obligación del deudor, y que queda en manos del acreedor, quien puede darlo en pago de sus propias obligaciones.

**TÍTULO DE CRÉDITO AL PORTADOR.-** Documento que no está expedido a favor de una persona determinada, contenga o no la cláusula al portador.

**TÍTULO DE CRÉDITO NOMINATIVO.-** Documento expedido a favor de una persona cuyo nombre se consigna en el texto mismo del documento y puede ser transferido por endoso.

**TRUST.-** La palabra trust, de origen inglés pero ampliamente difundida en todo el mundo, tiene dos significados usuales. Por una parte se refiere a un tipo especial de sociedad mercantil donde se confía a ciertos individuos la administración de

bienes y activos diversos. Estos trusts operan generalmente como sociedades financieras o fondos mutuales de inversión. Por otra parte, se denomina trust a una combinación de varias empresas que confían su administración a una junta, cambiando sus acciones por las acciones o certificados emitidos por el trust. Se trata, en este caso, de una práctica de integración que puede llevar fácilmente a la monopolización de los mercados.

## "U"

**UAP.-** "Unique Advertising Proposition". Término inglés que designa la ventaja particular de un producto. Se creó de manera artificial en la publicidad a falta del término "Unique Selling Proposition".

**UNIDAD DE NEGOCIO.-** Una determina combinación o elección de producto y mercado que se define como centro de la estrategia o nivel de análisis del plan estratégico (Bueno, 1993).

**UNIDAD MUESTRAL.-** Es el elemento de la población objeto de estudio en una encuesta del cual se obtiene los datos. Pueden ser individuos, hogares, tiendas, empresas u objetos (productos, marcas, modelos, etc).

**USOS DE COMERCIO.-** Los que rigen entre comerciantes en el tráfico mercantil.

**USO DEL PRODUCTO.-** Modo específico de utilizar el producto comparado. Un mismo producto puede ser usado de forma distinta según quien lo adquiera y los motivos de la compra.

**USP.-** Es la abreviación de "Unique Selling Proposition" (Ventaja diferencial) y se refiere a la(s) cualidad(es) de un producto que lo diferencia de los productos de la competencia.

**USUARIO.-** Persona que utiliza realmente el producto comprado o el servicio prestado.

**UTILIDAD DE ELECCIÓN.-** Se construye ayudando a simplificar el proceso de decisión mediante, por ejemplo, la incorporación de la marca al conjunto evocado y mediante el establecimiento de una imagen consistente, bien comunicada (Múgica y Yagüe, 1993).

**UTILIDAD DE FORMA.-** Es la que crea la producción, convirtiendo las materias primas y materiales en productos acabados.

**UTILIDAD DE INFORMACIÓN.-** La utilidad de un producto aumenta si se conoce su existencia y cómo y dónde puede adquirirse. La promoción permite comunicar

a los consumidores y usuarios lo que quieren saber sobre un producto o servicio.

**UTILIDAD DE LUGAR.-** Un producto situado al alcance del consumidor tiene mayor utilidad que otro situado en un lugar distante. El transporte y la distribución son los instrumentos del marketing que hacen posible y útil el producto para el consumidor.

**UTILIDAD DE POSESIÓN.-** Es la que hace posible la posesión del producto. Ningún producto tiene realmente utilidad para el consumidor o usuario si no se puede comprar, poseer, consumir o usar cuando se desee. La venta y entrega del producto permiten su posesión.

**UTILIDAD DE TIEMPO.-** Los productos adquieren mayor valor si están disponibles cuando el consumidor los desea.

**UTILIDAD MARGINAL/MARGINAL UTILITY.-** Es el incremento de utilidad que proporciona un aumento infinitesimal o unidad adicional de la cantidad consumida del bien o servicio.

**UTILIDAD SIMBÓLICA/ SYMBOLIC UTILITY.-** Se obtiene cuando se asegura

la identificación del consumidor con la marca a lo largo del tiempo. La inversión publicitaria puede contribuir a ello (Múgica y Yagüe, 1993).

## "V"

**VALLA PUBLICITARIA.-** Cartel publicitario de grandes dimensiones construido en madera, metal u otro material resistente, que se instala en lugares de elevado tránsito de personas. Constituye una modalidad de publicidad exterior.

**VALOR DE CAMBIO.-** Es el que se deriva de la posibilidad que tiene un producto de intercambiarse por otro o por dinero.

**VALOR DE LA INFORMACIÓN.-** Supone considerar la rentabilidad de la investigación comercial, es decir, si el valor que proporciona justifica su coste (Gandz y Whipple, 1977). Como mínimo, toda investigación que se realiza ha de proporcionar información relevante, que amplíe o mejore el conocimiento de un fenómeno y que ayude, por tanto, a reducir en alguna medida la incertidumbre y, además, ha de ser susceptible de influir en la toma de decisiones.

**VALOR DEL PRODUCTO.-** Es una medida de la capacidad de un bien o servicio de satisfacer necesidades. Un producto tiene valor si tiene utilidad, bien funcional o bien simbólica. Valor y precio son cosas distintas. Un producto puede tener un alto precio y ningún valor, o a al inversa. Para que se produzca la transacción el precio del producto intercambiado tiene que ser inferior al valor asignado al mismo por el comprador.

**VALOR DE MERCADO.-** Costo de reposición, bien sea por compra directa o producción según sea el caso. Este puede obtenerse de las cotizaciones que aparecen en publicaciones especializadas, si se trata de artículos o mercancías cotizadas en el mercado, o de cotizaciones y precios de facturas de los proveedores, entre otros. El valor de los títulos o valores prevaleciente en el mercado en un momento determinado, dependiendo de su plazo y los días transcurridos desde su emisión. Para su cálculo se considera la tasa de rendimiento de cada emisión por el tiempo transcurrido desde su emisión hasta el momento que se quiera calcular, en otras palabras, es el valor de colocación ajustado por los intereses que se van generando diariamente de cada una de las emisiones en circulación.

**VALOR DE REPOSICIÓN.-** Es la cantidad que exigiría la reparación o adquisición de un bien de la misma clase y capacidad, incluyendo el costo de transporte, montaje y derechos aduanales.

**VALOR DE REPOSICIÓN NUEVO.-** Costo en que se estima incurriría la empresa para adquirir en el momento actual, un activo nuevo semejante al que está utilizando, adicionado de todos los costos incidentales necesarios (fletes, acarreo, impuestos, instalación, pruebas iniciales, etc.) hasta dejarlo apto para su uso,

permitiéndole mantener una capacidad operativa equivalente.

**VALOR PERCIBIDO.-** Es la evaluación global del consumidor de la utilidad de un producto. Se basa en la percepción de lo que se recibe y de lo que se da a cambio (Zeithaml, 1988)

**VARIABILIDAD.-** Característica diferencial de los servicios que supone una falta de regularidad en la prestación de los mismos. La variabilidad en la prestación de los servicios hace más difícil su estandarización e implica una mayor dificultad en el control de calidad de los mismos. No obstante, la variabilidad puede suponer una ventaja si se enfoca como un modo de adaptar el servicio en cada caso a las características y necesidades específicas del usuario.

**VARIABLE.-** Es una magnitud cuyos valores son objeto de estudio en investigación comercial. Puede referirse a un individuo, grupo de personas u organización.

**VARIABLE PREDICTORA.-** Variable independiente o explicativa, que puede explicar o predecir el comportamiento de otra u otras variables.

**VARIABLES CONTROLABLES.-** Son las que están bajo el control, dentro de ciertos límites, de la empresa u organización.

**VARIABLES DEMOGRÁFICAS.-** Atributos objetivos del consumidor, como el sexo, edad, estado civil, tamaño de la familia y posición ocupada en ella. Sirven como criterios para clasificarlo y explicar su comportamiento de compra y consumo.

**VARIABLES ESTRATÉGICAS.-** Variables controlables del marketing, con un horizonte de planificación a largo plazo. Se consideran como tales, en mayor medida, el producto y la distribución. El precio y la promoción o comunicación, en cambio, tienen un horizonte a más corto plazo o táctico.

**VARIABLES EXTERNAS.-** Factores de macro y microentorno que influyen en el comportamiento del consumidor. Entre los primeros incluye el entorno económico, político, legal, cultural, tecnológico y el medio ambiente; entre los segundos, la clase social, los grupos sociales, la familia, las influencias personales y las situaciones de compra o consumo.

**VARIABLES GEOGRÁFICAS.-** Indican el lugar donde reside el consumidor o usuario, como la nación, región, provincia, hábitat, etc. Son criterios objetivos para clasificar o dividir mercados.

**VARIABLES INTERNAS.-** Son factores, atributos o características del propio individuo que influyen en el proceso de decisión de compra y en el comportamiento de uso del producto. Puede agruparse en cinco tipos: la motivación, la percepción, la experiencia, las características personales (demográficas, socioeconómicas y psicográficas) y las actitudes.

**VARIABLES NO CONTROLABLES.-** Son aquellas sobre las que la empresa u organización no tiene capacidad de decisión o influencia. Están constituidas por

las actuaciones de los elementos del sistema comercial situados alrededor de la propia empresa u organización; es decir, la competencia, los suministradores, el mercado y el entorno (demográfico, económico, legal, cultural, social, sociológico, medio ambiente, etc.)

**VARIABLES SOCIOECONÓMICAS.**- Indican un estado o situación del consumidor, como el nivel de ingresos, la ocupación y el nivel de estudios. Constituyen criterios objetivos para clasificar o dividir mercados. Suelen combinarse para determinar la clase social. Sirven también para explicar el comportamiento del consumidor.

**VARIABLES TÁCTICAS.**- Variables controlables de marketing, con un horizonte de planificación a corto plazo. Se consideran como tales, en mayor medida, el precio y la promoción o comunicación. El producto y la distribución, en cambio, tienen un horizonte a más largo plazo estratégico.

**VARIO-MAILING.**- En el Vario-Mailing, a un escrito central de igual contenido para todos los envíos (mailing base) pueden añadirse diversos documentos, pruebas, modelos y artículos publicitarios. Según la variante se debe enviar un número mínimo de unidades. No es posible especificar la cantidad mínima. Para el mailing cooperativo véase Multi-mailing.

**VENTA.**- Cantidad de mercancía que una empresa vende durante un determinado periodo de tiempo.

**VENTA ADICIONAL.**- Las ofertas incluidas en los sobres de envío u hojas de pedido hacen posibles las Additional Sales (ventas adicionales). Asimismo, pueden incluirse ofertas en pedidos remitidos, facturas o recordatorios de pago. Su ventaja reside en el bajo coste.

**VENTA A DISTANCIA.**- Incluye un conjunto de modalidades de venta realizadas a través de diversos medios de comunicación (correo, teléfono, fax o red informática) y que no requieren el encuentro personal entre el comprador y el vendedor.

**VENTA A DOMICILIO.**- Sistema de venta puerta a puerta. Es uno de los métodos más tradicionales de venta directa. Tiene una importante función recompensadora de la oferta, especialmente en aquellos lugares donde los canales tradicionales tienen menor alcance (Mir Piqueras, 1994)

**VENTA A GRANEL.**- Venta de productos sin envasar o sin empaquetar, generalmente menudos, como, por ejemplo, cereales, azúcar, legumbre, frutas, etc.

**VENTA A PÉRDIDA.**- Venta por debajo del coste, con fines promocionales o de renovación de existencias. También puede practicarse para eliminar competidores, y luego, cuando se consigue el control del mercado, volver a subir el precio.

**VENTA AL DETALLE.-** Venta al por menor, efectuada en un establecimiento detallista.

**VENTA AUTOMÁTICA.-** Consiste en despachar y cobrar el producto mediante máquinas expendedoras.

**VENTA CRUZADA.-** Son ofertas y ventas efectuadas a clientes que han comprado otros productos de una compañía, pero que por su perfil son potenciales consumidores de otros productos o servicios de la misma, por ejemplo una persona que compra un automóvil necesita un seguro, el mantenimiento del vehículo, artículos para su cuidado o reparación, etc.

**VENTAJA DIFERENCIAL.-** Característica del producto que lo diferencia y destaca de los demás

**VENTA DURA.-** Llevándolo al ámbito del Marketing Directo: toda presentación de oferta en la que prima la pura técnica de ventas, sin explicaciones extensas sobre el producto, sino sólo el empleo de argumentos de venta (precio, forma de pago,

**VENTA PERSONAL.-** Forma de comunicación oral e interactiva, mediante la cual se transmite información de forma directa y personal a un comprador potencial específico y se recibe de forma simultánea, respuesta del destinatario de la información.

**VENTA PIRAMIDAL/PYRAMIDAL SELLING.-** Modalidad de venta que consiste en hacer comprar a una persona, mediante promesas de sustanciosos negocios, mercancías para revenderlas a otras, que incitadas por promesas semejantes, tendrán que buscar nuevas adhesiones al sistema.

**VENTA POR CATÁLOGO.-** Modalidad de venta que suele utilizar el correo, mensajeros u otro medio de comunicación y transporte similar, para distribuir los catálogos y los productos ofrecidos. La característica de este sistema es que el cliente potencial recibe un catálogo en su domicilio en el que se describen todos los productos que pueden ser adquiridos y que contiene los formularios para efectuar el pedido.

**VENTA POR CORRESPONDENCIA.-** Supone utilizar el servicio de correos como medio de distribución del producto, bien en la fase del envío del mensaje, recepción del pedido, entrega del producto o cobro de su importe (IRESCO, 1984)

**VENTA POR SUSCRIPCIÓN.-** Forma de venta que suelen utilizar las editoriales de publicaciones periódicas (diarios o revistas) o de libros por entregas o fascículos, en la que el pago se efectúa de modo periódico (mensualmente, trimestralmente, anualmente, etc.)

