

Librería  
*Bonilla y Asociados*  
desde 1950



**Título:**

**Autor:**

**Precio:** \$120.00

**Editorial:**

**Año:** 2009

**Tema:**

**Edición:** 1ª

**Sinopsis**

**ISBN:** 9786070901713

La franquicia es una revolucionaria figura nacida en la economía más desarrollada del mundo. Su conformación y desarrollo pragmático en Estados Unidos la convirtieron en una figura de éxito que se ha exportado a otros países y sistemas que se han encontrado con el problema de ubicarlo dentro de su orden jurídico.

En el campo económico, la franquicia es un modo de expansión de grandes empresas que participan de sus conocimientos para hacer negocios con pequeños empresarios a quienes integran, por este sistema, a la distribución y a veces a la producción de bienes y servicios. La franquicia cumple con los fines económicos de las dos partes: el concedente crece sin invertir, sin riesgo laboral, fiscal y con control sobre el concesionario; la otra parte ingresa a un negocio "probado", con poco riesgo de fracasar, compra tecnología barata, recibe capacitación y su costo es variable con base en resultados. Se logra en esta relación una "nueva forma de sociedad" entre la gran organización y el pequeño empresario.

Este estudio se ocupa del tema desde dos perspectivas: la franquicia en su aspecto económico y el contrato de franquicia. Se analiza como contrato típico mercantil del Derecho mexicano, examinando las distintas disposiciones legales que lo regulan y que se han producido recientemente. Asimismo, se describen sus elementos con el fin de facilitar la comprensión de esta relación compleja cuya aceptación y adaptación es un signo de progreso en la inevitable transformación del Derecho Mercantil, tan influido hoy por instituciones anglosajonas.