

Unidad 9

- La empresa

9.1 Concepto
9.2 Elementos

UNIDAD 9. LA EMPRESA.

Empresa o negociación mercantil.

Empresa.- Es la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios por establecimientos.

Negociación mercantil.- Es el conjunto de trabajo, de elementos materiales y valores incorpóreos, coordinados para ofrecer con propósito de lucro y de manera sistemática bienes o servicios.

Tipos de empresas:

- Privadas
- Publicas
- Mixtas

También:

- Individuales. Las controladas por un solo individuo, de ahí que el empresario pueda ser una persona física.
- Colectivas. Las controladas por varios individuos.
- Estatales. Aquellas en que el Estado actúa como empresario.
- Mixtas. Las que, sin perder su carácter privado, están bajo la intervención del Estado.

O por el tamaño que tienen:

- Pequeñas
- Medianas y;
- Grandes

El término empresa está estrechamente vinculado con las ciencias económico administrativas. En nuestro Código de Comercio se utiliza el concepto como cuando la ley reputa como actos de comercio las actividades de algunas empresas en su artículo 75, sin embargo no encontraremos una definición legal en este ordenamiento.

El término más usado en el ámbito legal es el de sociedades ya sea civiles o mercantiles y a estas figuras se les reconoce personalidad jurídica.

Como José Heriberto García especifica, la empresa hace irrupción en la legislación mercantil por tres vías principales: 1) La empresa como acto de comercio (Artículo 75 del Código de Comercio); 2) La empresa y el estatuto del comerciante y 3) La empresa y el fondo de comercio.

En breve el autor anterior aclara: “Un resumen de la doctrina comparada nos enseñaría que la empresa se concibe: sea como **actividad**, sea como **organización** de diversos elementos destinados al tráfico comercial sea como **negociación mercantil**. Por tanto, la necesidad de elaborar el concepto jurídico de la empresa, choca con una tarea llena de dificultades, pues no tiene ineludiblemente un carácter unitario.”⁹

Dicho lo anterior podemos analizar qué elementos integran a la empresa:

Personales.-

- a) Empresario, es la persona que maneja y organiza la empresa con la idea y finalidad de lucro.
- b) Auxiliares del comerciante: factores y dependientes; corredores públicos; comisionistas
- c) Atributos del empresario

Materiales.-

- a) Patrimonio. Es el conjunto de bienes corpóreos o incorpóreos organizados para la actividad mercantil, llamado este elemento también como la hacienda;
- b) Fuerza de trabajo, es el conjunto de personas que trabajan auxiliando al comerciante en las actividades empresariales y dentro de la organización y jerarquía que tenga la empresa de estos elementos;
- c) Establecimiento, es el local donde se encuentra la empresa y realiza sus actividades comerciales, puede ser un solo local o varios en el caso de existencia de sucursales.

Incorpóreos.-

- a) Derechos derivados de la propiedad industrial: patentes y registros de invención, es toda invención o creación humana que permite transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza para ser aprovechada por el hombre y satisfacer de manera inmediata una necesidad creada; diseños industriales, son aquellos que comprenden los dibujos y diseños industriales, los cuales deben de ser nuevos, inéditos y susceptibles de aplicación industrial; modelos de utilidad, Son los objetos utensilios aparatos o herramientas que como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma presentan una función diferente respecto de la utilidad en cuanto a las partes que la integran; secretos industriales, es toda información de aplicación con carácter confidencial que guarda una persona física o moral que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma; avisos comerciales, Son las frases u oraciones que tienen por objeto anunciar al público los establecimientos o negociaciones comerciales, industriales

⁹ García Peña, José Heriberto. La Empresa: Hacia una nueva concepción en la forma jurídica en Problemas Actuales del Derecho Empresarial Mexicano, México, Porrúa, 2005 p.p. 6-12

o de servicios para distinguirse de los de su especie; nombre comercial, Es el derecho al uso o disfrute exclusivo del nombre que se le haya dado a la empresa o establecimiento, el cual tiene una vigencia de diez años renovables por periodos iguales; marcas, Es todo signo visible que distingue los productos y servicios de otros de su misma especie y / o clase en el mercado; denominación de origen, Es el nombre de una región geográfica del país para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o características se daban o se dan exclusivamente en el medio geográfico comprendiendo en este los factores naturales y humanos.

b) Derechos derivados de la propiedad intelectual: derechos de autor, es el reconocimiento que hace el estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de la ley de derechos de autor. El autor goza en términos de dicho artículo de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial.

En cuanto a nuestra Legislación Laboral, la Ley Federal de Trabajo dispone una definición para los efectos de dicho ordenamiento en su artículo 16: *“la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios y por establecimiento la unidad técnica que como sucursal, agencia u otra forma semejante, sea parte integrante y contribuya a la realización de los fines de la empresa”.*

Otras normatividades que utilizan el término de empresas son: “Decreto para el fomento y operación de las empresas altamente exportadoras”; “La Ley al Impuesto al Activo de las Empresas” (que se refiere a las personas físicas que realicen actividades empresariales y a las personas morales); “Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única.”; “Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones.”; Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.”

En esta última normatividad el artículo 3 fracción III distingue a las empresas por el número de trabajadores que tenga:

“Artículo 3.- Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

III. MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación, partiendo de la siguiente:

Estratificación por Número de Trabajadores

Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Se incluyen productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como prestadores de servicios turísticos y culturales.”

Como podemos apreciar establecer una nueva concepción de la empresa en la forma jurídica sí es posible, no obstante es un reto para integrar la visión económica con la jurídica e integrar sistemáticamente diversas regulaciones que seguramente estará inscrita en el marco del moderno derecho empresarial.

Algunos de los elementos que deberán tomarse en cuenta son los siguientes:

#	CONCEPTO	DEFINICION
1	Empresario	Es la persona física, comerciante individual; o una sociedad mercantil, comerciante moral; que maneja y organiza con la idea y finalidad de lucro, una empresa.
2	Patrimonio	Es el conjunto de elementos patrimoniales, derechos y obligaciones, o sea, bienes corpóreos o incorpóreos organizados para la actividad mercantil llamado este elemento también la hacienda.
3	Trabajo	Es el conjunto de personas que trabajan auxiliando al comerciante en las actividades empresariales y dentro de la organización y jerarquía que tenga la empresa de estos elementos.
4	Establecimiento	<p>Es el local donde se encuentra la empresa y realiza sus actividades comerciales, pueden ser un solo local o varios en el caso de la existencia de sucursales.</p> <p><u>Características del Establecimiento:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe tratarse de locales donde se concluya un negocio jurídico de los que constituyan la actividad base de la negociación. • Deben gozar de una cierta dependencia jurídica y económica, de manera que su representante pueda actuar frente a terceros. • Sin embargo, deben estar subordinados a la alta dirección de la matriz, en el sentido de que esta pueda dar instrucciones a la sucursal.
5	Nombre Comercial	<p>Considerado por el artículo 105 de la Ley de la Propiedad industrial (LPI) como el derecho al uso exclusivo del nombre que se le haya dado a la empresa o al establecimiento que tienen una vigencia de 10 años renovables por periodos iguales. Esta protección la concede la ley sin necesidad de registro. La protección abarca la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento a que se aplica el nombre comercial y se extenderá a toda la República, si existe difusión masiva y constante a escala nacional del mismo.</p> <p>Quien esté usando un nombre comercial, podrá solicitar a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofí) la publicación del mismo en la gaceta y dicha publicación produce el efecto de establecer la presunción</p>

		de la buena fe en la adopción y uso del nombre comercial.
6	Avisos Comerciales	Son las frases u oraciones que tienen por objeto anunciar al público, establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, o productos o servicios para distinguirlos fácilmente de los de su especie. Tienen una vigencia de 10 años y pueden renovarse por periodos de la misma duración (art. 100, LPI).
7	La Marca	<p>Es todo signo visible que distingue productos y servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Su registro tiene una vigencia de 10 años y podrá renovarse por periodos de la misma duración (art. 88 de la Ley de Propiedad Industrial). El titular de una marca podrá conceder mediante convenio, licencia de uso a una o más personas, con relación a todos o algunos de los productos o servicios a los que se aplique dicha marca debiéndose inscribir en la Secofí para que surta efectos en perjuicio de terceros.</p> <p>Los derechos de la marca registrada podrán ser objeto de transmisión a una o varias personas y será objeto de inscripción. Su registro caducará cuando no se renueve en los términos de ley y cuando la marca haya dejado de usarse más de tres años consecutivos, salvo que exista causa justificada ajuicio de la Secofí.</p> <p><u>Clasificación de las marcas.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) INDUSTRIALES. Las empleadas por el fabricante de los artículos. b) COMERCIALES. Las marcas usadas por el comerciante que venden los artículos elaborados por el fabricante, pero utilizando sus propias marcas. c) SERVICIOS. Para distinguir, por la marca, un servicio de otro de la misma especie. (Se refiere a una prestación de servicios) d) COLECTIVAS. Las usadas por asociados de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios legalmente constituidos, quienes podrán solicitar el registro de una marca colectiva, para distinguir en el mercado sus productos o servicios de quienes no forman parte de dichas asociaciones. <p><u>Formación de las marcas.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> a) NOMINATIVAS. Las que se forman con una simple denominación. b) EMBLEMATICAS. Las formadas por símbolos o figuras. c) MIXTAS. Aquellas formadas por la combinación de las anteriores.
8	Franquicia	Existe franquicia cuando con la licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede, pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos

		<p>operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue (art. 142, LPI de la Secofi).</p> <p>Es objeto de inscripción, pudiendo también ser objeto de declaración de nulidad del registro, caducidad o cancelación.</p>
9	Denominación de origen	Se entiende por denominación de origen el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos.
10	Patente	Las patentes de invención son toda creación humana que permite transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza para su aprovechamiento por el hombre a través de la satisfacción inmediata de una necesidad creada (quedan comprendidos entre las invenciones, procesos o productos de aplicación industrial), su vigencia será de 20 años improrrogables a excepción de los productos fármaco químicos o farmacéuticos en que podrá ampliarse la vigencia por tres años más (arts. 15 y 16. LPI).
11	Modelos de Utilidad	Son los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente respecto de las partes que lo integren o ventajas en cuanto a su utilidad. El registro de modelo de utilidad tiene una vigencia de 10 años improrrogables (art. 28, LPI).
12	Diseños industriales	Que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial (art. 31, LPI).
13	Secretos Industriales	<p>Es toda información de aplicación industrial que guarda una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma (art. 82, LPI).</p> <p>No se considerará secreto industrial aquella información que sea del dominio público, la que resulte evidente para un técnico en la materia o la que deba ser divulgada por disposición legal o por orden judicial.</p>
14	Derechos de autor	<p>El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en la ley en su artículo 13. El autor goza de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial; los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos el patrimonial (art. 11 de la Ley de Derechos de Autor).</p> <p>Considera que el autor es la persona física que ha creado una obra literaria y artística (art. 12).</p> <p>Los derechos de autor a que se refiere la ley se reconocen respecto de</p>

		<p>las obras de las siguientes ramas:</p> <ul style="list-style-type: none">a) literaria;b) musical, con o sin letra;c) dramática;d) danza;e) pictórica o de dibujo;f) escultórica y de carácter plástico;g) caricatura e historieta;h) arquitectónica;i) cinematográfica y demás obras audiovisuales;j) programas de radio y televisión;k) programas de cómputo;l) fotográfica;m) obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil, yn) de compilación, integrada por las colecciones de obras, como las enciclopedias, las antologías y de obras u otros elementos como las bases de datos, siempre que dichas colecciones, por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual. <p>Vigencia del derecho de autor.</p> <p>La vigencia del derecho de autor durara tanto como la vida del autor, esto es, un derecho vitalicio y 75 años después de su muerte. Transcurrido ese termino, o antes si el titular del derecho muere sin herederos, la facultad de usar y explicar la obrara pasara al dominio publico, aunque será respetados los derechos adquiridos por terceros con anterioridad.</p>
--	--	--