

COMUNICADO 15 / 13 de enero de 2016

Estimados miembros AMPPI:

Por considerarlo de su interés compartimos con ustedes las publicaciones correspondientes al día de hoy bajo los siguientes rubros:

1. DOF

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

DECRETO por el que se reforma la fracción III del artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor.

<http://200.66.72.182/dof/2016/01/13/DOF-LEYSSEP-11.htm>

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

ANEXOS 15 y 24 de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2016, publicada el 23 de diciembre de 2015.

<http://200.66.72.182/dof/2016/01/13/DOF-LEYSHCP-21.htm>

SECRETARIA DE SALUD

RESPUESTA a los comentarios recibidos respecto del Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-059-SSA1-2015, Buenas prácticas de fabricación de medicamentos, publicado el 9 de septiembre de 2015

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5422600&fecha=13/01/2016

TRIBUNAL FEDERAL DE JUSTICIA FISCAL Y ADMINISTRATIVA

ACUERDO G/JGA/4/2016 que establece el inicio de funciones y reglas de redistribución de expedientes para las Salas Especializadas en Materia de Comercio Exterior

<http://200.66.72.182/dof/2016/01/13/DOF-LEYTFYA-74.htm>

NOTA aclaratoria al Acuerdo SS/8/2015 por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Reglamento Interior del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, publicado el 19 de junio de 2015

<http://200.66.72.182/dof/2016/01/13/DOF-LEYTFYA-75.htm>

v2. P. EL FINANCIERO

Buenos auspicios para franquicias en 2016

Dr. Mauricio Jalife

Empieza el 2016 con buenos auspicios en materia de franquicias, presentando el sector porcentajes superiores en crecimiento al índice global de nuestra **economía**; y más allá de las cifras -que muchas veces son relativas-, lo que parece claro es que el mercado sigue mostrando signos de madurez y expansión sostenidas.

Algunos de los efectos directos de la consolidación de este modelo de negocio en el país es el posicionamiento notable de marcas que han tenido un crecimiento sostenido, lo que se refleja en el valor de sus marcas; algunas como “**Steren**”, “**Nutrisa**”, “**Punta del Cielo**”, “**Farmacia del Ahorro**” y “**Prendamex**”, analizan ya la posibilidad de extender sus puntos de venta hacia Centroamérica y Estados Unidos, en lo que representa un nivel significativo de escalamiento que la propia globalización promueve y recompensa.

En un efecto secundario, es claro que la adopción y conocimiento de los modelos de franquiciamiento por diversas empresas en el país, ha conducido a muchas de ellas a una profesionalización que, utilizando o no

esa ruta de expansión, las impulsa a una mejor gestión empresarial que alcanza a emprendedores de toda clase de giros y tamaños. De hecho, en el sector de **empresas familiares**, los modelos de franquicia están ayudando a muchas empresas a transformarse, para adoptar esquemas de operación y medición de resultados que permiten superar trabas propias de corporaciones con sistemas que concentran excesivamente el poder de decisión.

En mercados en los que resulta altamente complejo observar estándares operativos sofisticados, como el de las gasolineras, el modelo de franquicia ha probado ser una alternativa que permite que nuevos inversionistas se sumen a la prestación de **servicios de manera expedita** bajo los elementos estandarizados por la corporación central.

Es claro que para la llegada al mercado mexicano de diversas marcas estadounidenses, el esquema de franquicias será el mecanismo más recurrido, lo que permitirá que la competencia en el sector se consolide de manera rápida.

Asimismo, para sectores como el de la hotelería, el modelo de franquicia ha incrementado su participación en forma significativa en el país. Lo que antes era un fenómeno propio de cadenas estadounidenses, hoy es ya un formato de negocio diestramente manejado por firmas nacionales tan prominentes como Posadas y **Express City**. De hecho, dada la intensiva utilización de recursos humanos, la hotelería está próxima a convertirse en la segunda líder en empleo de mano de obra en el rubro de franquicias en México. De hecho, marcas tan visibles como Aeroméxico, recurren también al modelo para operar sus oficinas de boletos, lo que constituye una muestra muy plástica de las bondades del formato.

Otro efecto positivo que es posible advertir, y que en este 2016 seguramente continuará con indicadores sólidos, es el del crecimiento de operadores de franquicia multimarca, esto es, franquiciatarios que han construido corporativos que manejan distintas marcas y giros, con enorme éxito y autonomía, que están impulsando un sector en áreas y formas que no se tenían previstas. Bajo esta visión, **múltiples empresas** mexicanas están demostrando en la competencia mundial poseer excelentes capacidades como operadores de franquicias, recibiendo grandes responsabilidades de los propietarios de marcas para conducir sus esfuerzos de expansión y posicionamiento.

3. INAI MÉXICO Y MARRUECOS INTERCAMBIAN EXPERIENCIAS EN MATERIA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN

<http://inicio.ifai.org.mx/Comunicados/Comunicado%20INAI-009-16.pdf>

Atentamente,

Bernardo Herrerías
Presidente

Martín Michaus
Secretario

Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, A.C.
Insurgentes Sur 2453, Piso 6 – 6043, Torre Murano,
Col. Tizapán San Ángel, Deleg. Álvaro Obregón, CP 01090, México D.F.
Tel.: (52 55) 8000 – 0210 www.amppi.org.mx
Síguenos en [Facebook](#) y [Twitter](#)