

El derecho aplicado a los negocios

GARCÍA-MALDONADO, Octavio†*

Universidad de Guadalajara

Recibido 26 de Junio, 2017; Aceptado 12 de Septiembre, 2017

Resumen

Este artículo aborda la perspectiva legal, como un instrumento fundamental para la constitución, desarrollo y beneficio de las empresas. Además logra explicar cómo se da la evolución de negocio a empresa, y de empresa a corporación, como un factor importante para lograr entender cuáles son los puntos de intervención del derecho en el mundo de los negocios como una herramienta de utilidad.

Derecho Corporativo, Empresas, Estrategia Corporativa, Alianzas y Agrupaciones de Empresas

Abstract

This article addresses the legal perspective, as a fundamental instrument for the constitution, development and benefit of companies. In addition, it manages to explain the evolution from business to enterprise, and from enterprise to corporation, as an important fact in order to understand how law can participate in the business world as a useful resource.

Corporate Law, Enterprise, Corporate Strategy, Business Partnership

Citación: GARCÍA-MALDONADO, Octavio. El derecho aplicado a los negocios. Revista de Aplicaciones del Derecho 2017. 1-1:17-29

† Investigador contribuyendo como primer autor.

*Correspondencia al Autor Correo Electrónico: mmartinez@upmh.edu.m

Introducción

El derecho aplicado a los negocios es importante divulgarlo a los micro y pequeños empresarios, así como a los emprendedores que cuentan con una idea a desarrollar, sin embargo estos sujetos requieren contar con herramientas que puedan consultar para tener conocimientos que les faciliten desarrollar una fuente de riqueza. Esta razón es la que motivó a realizar el presente artículo, que trata de explicar tres grandes temas que lo conforman y el primero de ellos es: diferencia entre negocio, empresa y corporación; pues estos términos no son sinónimos, a pesar de que en lo cotidiano se tiende a utilizarlos de esa manera. Si bien tienen en común que su objetivo es la obtención de un fin lucrativo a través del ofrecimiento al público de bienes o servicios. El compartir esta característica no los vuelve iguales, por lo tanto es de vital importancia comprender la diferencia entre ellos. A partir de esta diferenciación entonces es posible centrarse en el eje sobre el que gira el artículo, que es la empresa como tal, vista desde la perspectiva legal.

De esta manera la segunda parte del artículo, describe a la firma, empresa, compañía, corporación o como se prefiera llamarle, como un concepto que se encuentra en constante movimiento, que está compuesto por elementos de diversa índole y requiere auxiliarse de distintas especialidades y ámbitos para poder funcionar correctamente y cumplir con las exigencias del mercado. En este sentido se aborda como el derecho se vuelve un medio indispensable para poder posicionar a la empresa, desde su constitución hasta alcanzar la cumbre de su desarrollo que vendría a ser el convertirse en una corporación, expandiéndose y agrupando otras firmas con el fin de satisfacer sus necesidades, velar por sus intereses y obtener más beneficios a partir de este crecimiento.

En el apartado “Estrategias Corporativas” se aborda la temática de como la consolidación y estructura de las empresas ha ido evolucionando con el paso de los años. Y en estas últimas décadas lo hace de manera cada vez más acelerada debido a la globalización que se ha puesto las reglas económicas y tecnológicas para las empresas, provocando que otros aspectos también tengan que evolucionar a la par. A tal grado que han cambiado las formas de negociación entre las empresas, de modo que se han fijado nuevas exigencias y estrategias para poder permanecer en competencia. Como consecuencia también se han modificado los modelos jurídicos tradicionales para adaptarse a esta situación y poder ser el medio adecuado que conduzca a las empresas a crecer y explotar sus recursos y potencial. Siendo así, que existen nuevas oportunidades más flexibles y atractivas en lo que respecta al mercado mundial, que a su vez fomentan una serie de alianzas y competencia no solo entre empresas, también entre países. Así mismo, surge la necesidad de ampliar los instrumentos jurídicos para regular estas nuevas exigencias del mercado global, así como el buscar que las prácticas corporativas se lleven a cabo de manera justa y siempre garanticen el beneficio de las compañías.

Diferencia entre negocio, empresa y corporación

Partiendo de la idea del negocio, podría decirse que es como la mayoría de las empresas comienza, en otras palabras es su punto de partida. Por consiguiente, un negocio es simplemente una actividad o transacción que se realiza con un fin lucrativo, incluso puede llegar a ser ocasional o incidental, muchas veces carece de seriedad y no se considera como una actividad profesional. A lo que me refiero con esto es que normalmente “se hace negocio” a partir de alguna cualidad, bien o talento que posee una persona, por ejemplo: impartir clases a domicilio, rentar bienes inmuebles, entre otras.

Probablemente las palabras utilizadas contraríen un poco al lector, puesto que cotidianamente es posible escuchar que algún colega “dirige un negocio de ferretería”, o “acaba de expandir su negocio restaurantero”. Aunque no es un error grave referirse de esta manera, el clasificar a los dos ejemplos anteriores como negocios no es propiamente correcto por lo siguiente: si ambas actividades se realizan de manera repetida y con formalidad, dentro de un establecimiento y cuentan con personal contratado entonces se está hablando de una empresa.

Por lo tanto es viable decir que la empresa es la evolución de un negocio, y lo podemos ver traducido más claramente en los siguientes ejemplos:

Ejemplo 1: hornear pasteles y galletas. Cuando el sujeto consigue un establecimiento en donde le sea posible hornear y vender sus productos y además contrata personal que le apoye en la venta, producción y empaquetado, automáticamente se convirtió en una empresa.

Ejemplo 2: impartir clases a domicilio. Podemos plantear que la persona que tiene este negocio, tiene un horario cada vez más saturado, es decir cuenta ya con varios alumnos; lo cual se traduce en que debe transportarse a distintos puntos de la ciudad para impartir la misma clase en poco tiempo. Para resolver este problema, decide conseguir un establecimiento en un punto céntrico y comenzar con su propia escuela. En este punto se habla de la formalidad en un negocio, es decir cuando se da la transición de negocio a empresa.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta al consolidar una empresa, es la clasificación que tienen según su tamaño. Aunque cada país tiene lineamientos propios para clasificarlas, lo común es partir del número de trabajadores con los que cuenta.

En México las conocemos como las famosas Pymes, las cuales tienen una gran importancia para la economía y empleo a nivel nacional. Pero en realidad el término correcto para denominarlas sería “MPYMES”; micro, pequeñas y medianas empresas.

En 1985 la SECOFI Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, que actualmente se conoce como Secretaría de Economía, estableció de manera oficial los criterios para clasificar a la empresa de acuerdo a su tamaño. Pero fue hasta el 30 de diciembre de 2002 que la Secretaría de Economía publicó en el Diario Oficial de la Federación una estratificación bajo los siguientes criterios (INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2009):

Tamaño	Cantidad de trabajadores
Micro	0-10
Pequeña	11-50
Mediana	51- 250

Tabla 1 Sector Industria y Servicios
Elaboración propia con datos de INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009)

Tamaño	Cantidad de trabajadores
Micro	0-10
Pequeña	11-30
Mediana	31- 100

Tabla 2 Sector Comercio
Elaboración propia con datos de INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009)

Ahora bien, he de puntualizar lo que tanto el negocio, la empresa y el corporativo tienen en común, que es la obtención de un fin lucrativo, a cambio de un servicio o producto; siendo esta una condición que el abogado asociará directamente con el acto de comercio de acuerdo al artículo 75 del Código de Comercio. Así pues las personas que realizan estos actos de acuerdo a los artículos 3ro y 4to del mismo código, se consideran comerciantes. En este sentido podemos apreciar que tanto la empresa y el negocio quedan sujetos a seguir las disposiciones mercantiles.

Por otro lado es necesario abordar un tema importante en tanto a la definición jurídica de empresa. Pues existe algo de ambigüedad en la legislación mexicana respecto a este término debido a la inexistencia de una sola definición para este término. Por esto, se debe entender que: “la empresa es valorada por el derecho de forma diversa” (Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1992, pág. 1262), porque realiza actos de carácter mercantil y civil, que a su vez tendrán que traducirse en lo fiscal, al contratar personal se involucra lo laboral, entre otras situaciones que se presentan en el ámbito empresarial. Existiendo pues un dinamismo en sus actividades que por consecuencia dan pie a que la ley interprete a la empresa de acuerdo a su función.

En tanto a lo que definen los académicos respecto al tema se pueden encontrar diferencias, aunque se mantiene la idea principal de la obtención de lucro o beneficios económicos de acuerdo a las actividades que la empresa desempeña. Por ejemplo, Barrera Graf define a la empresa de la siguiente manera: “la organización de una actividad económica que se dirige a la producción o al intercambio de bienes o de servicios para el mercado” (Bauche & Bauche, Garciadiego, 1977, pág. 16).

Mientras que para Idalberto Chiavenato, la empresa “es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos” (1993, pág. 4). A partir de las dos definiciones anteriores podemos deducir que la empresa es un ente complejo, que además de ser una actividad profesional también es una actividad de organización que requiere reunir ciertos factores y elementos que deben funcionar en conjunto para cumplir con su objetivo principal: obtener el lucro a través de la comercialización o prestación de algún servicio al consumidor. Sin embargo la definición de Chiavenato toca una parte importante en cuanto a que menciona que la empresa es una organización social, pues si bien para lograr sus objetivos, la empresa requiere indispensablemente de capital humano, pero sobre todo una o varias personas que dirijan y coordinen las actividades que le proporcionan ingresos; se habla entonces de la función del empresario, a quien podemos encontrar de dos formas: individual o social.

Decidir la forma de constitución de la empresa dependerá totalmente de los recursos o elementos que necesita para funcionar. Con esto me refiero a que al momento de decidir poner en marcha cualquier negocio, es cierto que uno se puede enfrentar a una innumerable cantidad de gastos que para una sola persona pueden ser difíciles de soportar, por efecto esta situación puede orillar a la necesidad de asociarse.

El modelo de sociedades es el que podemos apreciar en la mayoría de las empresas, no solo porque es la manera más viable de financiarlas, también porque permite al reunir varios esfuerzos y voluntades, hacer más sencilla la tarea de perseguir un fin común. De este fin entonces se podrá elegir a conveniencia de los socios, el tipo de sociedad que quieren constituir, ya sea de naturaleza mercantil o civil.

En este sentido concuerdo con la siguiente frase: “los empresarios individuales llevan siempre las de perder frente a los medios inagotables, la organización eficientísima y perfecta de las grandes empresas colectivas” (Rodríguez, 1966, pág. 43). Esta situación se encuentra muy presente en el área empresarial actual, en donde podemos observar que las firmas de mayor extensión son las que protagonizan los mercados.

Ahora, retomando la consideración que la empresa es la evolución del negocio, y añadiendo la idea que entre más grande sea la empresa, obtendrá mayores beneficios, podemos dar pie a explicar el gigantesco fenómeno económico de las corporaciones.

En el ámbito jurídico se ofrece la siguiente definición para este término: “Jurídicamente la corporación se manifiesta en este caso como cuerpo formado y autorizado por la ley que pese a estar constituido por una o más personas físicas, tiene personalidad legal para fines de cumplimiento de ciertas actividades y está dotada de varios derechos y obligaciones de una persona natural...” (Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1992). Esta definición a gran escala suena muy parecida a lo que es una sociedad, pero en un sentido más amplio la corporación es una sociedad de sociedades.

Se puede decir que la siguiente etapa de crecimiento de una empresa es el corporativo o corporación, llegando así a la cúspide de su desarrollo. Concretamente me refiero a aquellas organizaciones que a su vez agrupan a otras sin importar su dimensión, expandiéndose, no solamente en tamaño, sino también en el catálogo de productos o servicios que ofrecen, y en la participación en mercados tanto nacionales como internacionales. Esta acción es planeada y ejecutada a través de las llamadas estrategias corporativas, como la agrupación o concentración de empresas.

Un reflejo de esto son las llamadas empresas transnacionales, que son “empresas de grandes dimensiones por lo general de naturaleza corporativa, con sede en países de alto desarrollo, pero con intereses en actividades en distintas partes del planeta, que desarrollan y controlan unidades de producción, comercialización, financiamiento y servicio....a través de una red de filiales extranjeras...” (Instituto de Investigaciones Jurídicas, 1992, pág. 1267). Este tipo de empresas manejan una organización inmensa de actividades en múltiples países, teniendo que lidiar con las políticas de comercio de cada área. Sin embargo explotan al máximo sus recursos traduciéndose en un rendimiento y ganancias exponenciales.

A continuación enlisto dos ejemplos de grandes corporaciones mexicanas son las siguientes según la lista Forbes Global 2000 (Revista Forbes México, 2015):

Como primer ejemplo, América móvil, lugar #125 global. Una de las principales firmas del de Carlos Slim Helú, empresario mexicano.

“América Móvil es una empresa de servicios integrados de telecomunicaciones. Ofrece a sus clientes un portafolio de servicios de valor agregado y soluciones de comunicación mejoradas en 25 países de América y Europa. Al 31 de diciembre de 2016, la compañía contaba con 363.5 millones de líneas de acceso, que incluyen 280.6 millones de suscriptores móviles, 33.7 millones de líneas fijas, 27.0 millones de accesos de banda ancha y 22.2 millones de unidades de TV de paga. En América Latina, América Móvil opera bajo las marcas: Telmex, Telcel y Claro”. (América Móvil, s.f.)

Esta firma además cuenta con presencia de empresas subsidiarias y afiliadas en:

- Norteamérica: Estados Unidos y México.
- Centroamérica: Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá y Costa Rica.
- Sudamérica: Colombia, Ecuador, Argentina, Perú, Chile, Brasil, Paraguay y Uruguay
- El Caribe: Puerto Rico y República Dominicana
- Europa: Austria y Europa del Este.

El siguiente ejemplo es FEMSA, lugar #379 global. Trabajando estrechamente con The Coca Cola Company.

“Una subsidiaria de FEMSA en el año de 1979 adquirió algunas embotelladoras de refresco, iniciando con apenas 13 centros de distribución, igual a 83 millones de cajas unidad por año. Así pues 38 años después, pasó a convertirse en la franquicia embotelladora de productos de Coca-Cola más grande del mundo, atendiendo a más de 373 millones de consumidores a través de 2.8 millones de puntos de venta, con un portafolio de más de 100 marcas de refrescos y bebidas no carbonatadas que ofrecen.” (Corporativo FEMSA, s.f.) Lo anterior es apenas un vistazo de todo lo que es el corporativo FEMSA, pues además de Coca Cola y su variedad de marcas, también cuenta con las divisiones: FEMSA Comercio, FEMSA Negocios Estratégicos Y FEMSA logística que manejan cadenas como OXXO, OXXO Gas, FarmaCon, Lácteos Estrella Azul, Soluciones Plásticas PTM, Mi Super Bara, Imbera Cooling, entre otros. Como se puede apreciar a partir de los ejemplos anteriores, los corporativos a partir de la adquisición de compañías y de la creación de empresas filiales, se convierten en los protagonistas de los mercados.

Debido a su extensión y producción pues están presentes con diferentes marcas al mismo tiempo, en diferentes partes del mundo. Así mismo al conocer el trabajo de estas corporaciones permite desglosar sus principales características: la concentración o agrupación de empresas, alianzas estratégicas, participación en la bolsa de valores; las cuales son objeto de regulación, estudio e interpretación del derecho.

Las empresas desde de la perspectiva legal

Es necesario tener conocimiento de diversas áreas del derecho y de las ciencias económicas, administrativas y financieras, para lograr comprender las acciones de las empresas desde las de menor escala hasta las que llegan a alcanzar enormes proporciones.

Las relaciones y actividades de una empresa pueden ser regidas o reguladas por legislaciones de diversa índole, y a partir de esta afirmación encuentro una explicación sencilla sobre la forma de interpretar este ente a través de la perspectiva del derecho: la empresa debe entenderse de manera global. Porque no basta interpretarlas únicamente como un acto de comercio, ni como una actividad de organización o profesional, o como una sociedad o conformarse con la idea de que solo es un sujeto perteneciente al área económica. Por lo tanto se necesita explotar todo el conocimiento sobre las distintas áreas del derecho en las que toma parte la empresa a través de sus acciones y fusionarlo con la ciencia económica que se traduce en los resultados que genera la misma.

El siguiente diagrama tiene como propósito explicar el panorama global de interpretación de las empresas a través del derecho y las áreas que la auxilian.



Figura 1

Como se ha visto en su mayoría las grandes empresas están constituidas como sociedades mercantiles, variando de acuerdo a sus características. Además, estas realizan actos de comercio, por lo cual están sujetas al derecho mercantil. En este sentido las leyes que se deben tomar en cuenta son: el Código de Comercio, la Ley General de Sociedades Mercantiles, la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, la Ley General de Sociedades Cooperativas.

En las empresas se debe tomar en cuenta la parte del derecho laboral, quedando pues sujetas a las disposiciones de la Ley Federal del Trabajo al constituir su red laboral o equipo de trabajo, elemento de suma importancia para llevar acabo las actividades corporativas y se encargan de que la organización funcione y dé los resultados deseados.

Debido a la tendencia de las empresas trasnacionales que tienen filiales en diversas partes del mundo, y las grandes compañías tienen la necesidad de vender sus productos al exterior a través de la exportación e importación de mercancías.

Se deja en claro que las empresas deben actuar en constante vigilancia de las disposiciones y reglamentos (Ley Aduanera, Tratados Internacionales) que se utilizan en el comercio internacional. “Las operaciones de comercio exterior son variadas y pueden asumir diversas modalidades: compraventa mercantil internacional, arrendamientos entre países.” (Instituto de Investiagciones Jurídicas, 1992, pág. 515)

Las empresas requieren realizar y presentar estados financieros para conocer su situación financiera y planificar su rendimiento, lo cual le compete a las ciencias económico-administrativas. De acuerdo a lo que éstas demuestren, se podrá optar por una estrategia que podrá requerir del auxilio del área jurídica. Por otro lado la propiedad intelectual es un aspecto importante para las empresas hoy en día, pues al registrar invenciones, marcas, patentes, tecnología e incluso avisos comerciales se reservan los derechos de explotar estos recursos de manera única, conservando su identidad y originalidad.

Si bien es cierto que el derecho corporativo se liga directamente a los conceptos de empresa o corporación, y ambos son asociados jurídicamente a la sociedad. Es aquí donde se puede apreciar la coacción del derecho corporativo con el derecho societario; “que estudia la forma en que la empresa se organiza, sus alcances contractuales y extracontractuales.” (Zarkín, 2012). Así como también al momento de realizar fusiones, agrupaciones o concentraciones de empresas.

Lo interesante de la empresa global o corporativa, en contraste con la sociedad mercantil (socios son propietarios gracias a sus acciones o partes sociales), es lo siguiente: “no es únicamente financiada por los socios.

Sino por redes estratégicas de asociación en las que todos los involucrados participan de manera formal y protegida.” (Magaña Hernández y Figueroa Díaz, 2011, pág. 353). El reto del derecho es entonces, conciliar las voluntades de un grupo de sociedades también se deben tomar en cuenta las voluntades independientes de las posibles alianzas que surgen entre empresas; buscando obtener el mayor beneficio para todas las partes. Una situación peligrosa se puede presentar “cuando existen intereses minoritarios por parte de alguna de las empresas de la corporación, pueden presentarse alegatos y hasta demandas, por actos de injusticia...” (Laris Casillas, 1978, págs. 61-62), al obtener beneficios a costa de afectar a las demás. Por lo tanto antes de tomar una decisión de este tipo es conveniente analizar los efectos que pueda tener para el resto de la corporación, ya que el hecho de haberse consolidado de esta forma, obliga a perseguir el mismo fin y proteger sus intereses como unidad.

Estrategias corporativas

El mundo de los negocios se puede comparar con un juego, en donde las empresas compiten entre sí y su objetivo es obtener la mayor cantidad de ganancias y participación en el mercado. De manera que los empresarios deben convertirse en visionarios, estrategias y planificadores para poder asegurar su posición y mantener su rendimiento, estando a la deriva del panorama económico y sus exigencias. Por consecuencia deben planear lo mejor posible su jugada para proteger los intereses internos, evitar que la competencia los opaque y no permitir que los ataques de los factores del mercado les causen daños irremediables.

En otras palabras, “cuando se habla de crecimiento, desarrollo o expansión de la empresa, resultado de las decisiones que ésta adopta y que, a lo largo del tiempo, van configurando su ámbito de actividad.

Estamos haciendo referencia a la formulación de estrategias corporativas”. (Álamo, García y Suárez, 2002, pág. 183), Si éstas están bien estructuradas pueden lograr resultados muy positivos, mientras que si no lo están pueden llevar directamente al fracaso a las compañías. Ahora bien existe una gran variedad de estrategias corporativas, la elección de una dependerá primero de la situación general que tenga la empresa y las expectativas que tiene de crecimiento.

Crecimiento y expansión

Antes armar la jugada, es importante llevar a cabo un análisis global que incluya el panorama actual de la firma, así como proyectarse a futuro y plantear los peores escenarios; para entonces optar por utilizar las herramientas más adecuadas para alcanzar el tipo de crecimiento que quiere lograr, que puede a su vez darse de tres maneras: vertical, horizontal o lateral.

La expansión de manera vertical se puede dar de dos formas: ya sea hacia abajo o hacia atrás: moviéndose hacia la fuente de suministro, por ejemplo: “la extracción de minerales, si un negocio solo los transforma en productos más refinados.” (Krallinger, 1999, pág. 27). Mientras que en la expansión hacia adelante o hacia arriba: el movimiento se lleva a cabo hacia la salida comercial; es decir buscar una estrategia que facilite la transición en la que el servicio o producto llega al consumidor.

Otra forma de crecimiento es la horizontal, que según Thirkettle “ocurre cuando la coordinación o fusión de empresas sucede en el mismo nivel de producción” (citado por Zarkín, 2012, pág. 110), que en términos de mercado se le conoce como “cartel”. De manera más sencilla y a través de un ejemplo, se habla de la formación de un cartel cuando una firma que comercializa indumentaria se fusiona con otra firma que también lo hace.

Esta figura también es definida por basándose en el Black's Law Dictionary como: "el acuerdo circunstancial celebrado entre 2 o más empresas que mantienen su propia autonomía funcional y económico financiera, con miras a la dominación del mercado, sea este regional, nacional o internacional, realizan compras y ventas en común, regulando la producción, la división o su abastecimiento..." (Enrigue, 2006, pág. 178). En otras palabras, una empresa se agrupa con otra para crecer en extensión y producción, lo que puede estar peligrosamente al borde de convertirse en un monopolio; para lo cual existen regulaciones como la Ley Federal de Competencia Económica, que buscan evitar que las empresas lleven a cabo este tipo de prácticas desleales que truncan el ideal de un sistema de libre competencia.

Agrupación o concentración de empresas

Este tipo de estrategia es la que permite dar origen a las corporaciones que han invadido a las economías mundiales, aludidas con anterioridad. Cabe destacar que este fenómeno tiene como antecedente lo siguiente: "En Alemania y Norteamérica comenzaron a existir una serie de complicaciones en relación a la venta de sus productos a precios excesivamente bajos y a fabricar solo determinados productos a cantidades mínimas, lo cual orilló a las industrias a concentrar en 1 sola sociedad todas las gestiones comerciales, para evitar la ruina que los amenazaba..." (Instituto de Investiaciones Jurídicas, 1992, pág. p.563). Demostrando entonces el alcance que puede llegar a tener el simple hecho de unir voluntades en torno a un mismo camino de beneficio.

Propiamente la definición de este fenómeno es la siguiente:

"Fenómeno jurídico y económico, mediante el cual dos o más empresas o sociedades civiles o mercantiles, inciden en un solo centro de decisión, sea para efectos puramente administrativos o para la consecuencia de un fin socioeconómico o únicamente económico." (Instituto de Investiaciones Jurídicas, 1992, pág. 562).

Así mismo, existen vías para la agrupación de empresas, que en si son los términos que las empresas deben tomar en cuenta antes de agruparse, que he tomado de la perspectiva de dos autores, la primera que aborda el tema de manera muy general y sencilla es de Enrigue Zuloaga (2006, pág. 74):

- **Concentración:** Hace referencia a un proceso de modificación sustancial del poder de decisión económica de las sociedades concentradas. Esto quiere decir que entre las empresas involucradas existe un control, logrando una nueva unidad empresarial subordinada.
- **Coordinación:** se estructura de modo paritario, expresando la inexistencia de relaciones de control o dominación entre las sociedades que se unen. De este modo, las empresas coordinadas simplemente colaboran entre ellas sin alterar su independencia.

La segunda perspectiva, de Joaquín Rodríguez Rodríguez diversifica un poco más sobre los tipos de "concentración exterior de empresas", incluso menciona las figuras que se crean a partir de efectuar el tipo de concentración deseada a partir de sus implicaciones.

A continuación presento los puntos que relata el autor de forma resumida:

- “Fusión de empresas: Creación de un solo sujeto jurídico con desaparición de alguno o algunos titulares jurídicos”. (Rodríguez, 1966, pág. 215)
- “Agrupaciones de empresas (Cartel, trust y Konzern): Sin desaparición de titulares jurídicos”. (Rodríguez, 1966, pág. 215)

La fusión de sociedades en México es aludida por la Ley General de Sociedades Mercantiles de las siguientes 2 formas de fusión, la primera se le conoce como fusión por integración, implica la creación de una nueva sociedad y la desaparición de las anteriores que se integran a la nueva. Mientras que la fusión por incorporación, se lleva a cabo cuando una o varias sociedades se incorporan a una que ya existe. Sobre la primera se hace referencia en el art. 223 (“aquellas o aquella que dejen de existir...”), mientras que respecto a la segunda se habla en el 224 párrafo tercero (“la sociedad que subsista o la que resulte de la fusión.”) (Rodríguez, 1966, pág. 216).

Siendo entonces como a través de un acuerdo o contrato de fusión, adaptado según el tipo de sociedad que sea de acuerdo a la legislación, se logra agrupar y fusionar empresas. Un aspecto más a considerar sobre este tema, es que si bien en este fenómeno debe de ser vital la persecución de un fin que pueda satisfacer a todas las partes involucradas. Porque lo que se logra a través de este proceso es sustituir un cumulo de sociedades por una sola.

“Sociedad de sociedades/sociedades madres o filiales: Con creación de un nuevo titular jurídico.” Esta forma de concentración se le conoce como “Holding Company” o “sociedad controladora”.

Que agrupa sociedades y se caracteriza por lo siguiente: “tener su capital constituido por las acciones de las empresas que permanecen en el exterior y jurídicamente independientes y forman sin embargo una unidad económica y se encuentran sometidas a dirección única.”(Instituto de Investiaciones Jurídicas, 1992, pág. 563)

Existen otros casos en los que las empresas buscan diversificar sus productos y servicios e incursionar en nuevos mercados, por lo que implementan como estrategia la alianza o agrupación con una empresa que maneje productos y servicios totalmente distintos a los que ya maneja. A este tipo de agrupación se le conoce como conglomerado, cuya regulación y normatividad se convierte en una tarea complicada por su estructura y por la tendencia que tienen a operar de manera internacional.

Una vez que se conocen las estrategias y a partir de ellas se toma una decisión sobre lo que la empresa quiere llevar a cabo, es sumamente importante realizar un proceso planificación previo a la adquisición o fusión, que permita hacer una proyección a futuro y garantizar que sea un negocio exitoso. En relación a la planeación, explico en breves palabras las recomendaciones para antes de realizar adquisiciones:

Tener en cuenta las razones: eliminar a un competidor, nuevos mercados y clientes, productos complementarios. El Plan: objetivos, evaluación del negocio (operación, posición y condiciones en todos los aspectos), proyección de tres a cinco años, asuntos críticos y prioridades y la propuesta de operaciones estratégicas. A partir de entonces, se empieza un proceso de negociación, en el que el abogado debe participar en tanto a las propuestas y acuerdos entre las empresas, fungiendo como mediador.

Así mismo, existen diferentes formas de lograr la unión entre empresas, que se clasifican de acuerdo a su naturaleza como se muestra en la siguiente tabla (Enrigue, 2006, págs. 75-76):

Vínculo personal (orgánico)	Vínculo negocial (contractual)	Vínculo real (financiero)
<ul style="list-style-type: none"> - Las sociedades que constituyen el grupo tienen administradores comunes o conniventes. - Nexo efectivo para asegurar colaboraciones, eliminar competencias y coordinar planes de producción. - Generalmente acompañado de un vínculo negocial o real. 	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios entre sociedades conocidas comúnmente como <i>carteles</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Producido mediante la adquisición de acciones y participaciones. - Así nacen los grupos de sociedades, que son grupos por subordinación y jerarquía. - Tienen una sociedad dominante conocida como "holding".

Tabla 3

Elaboración propia con datos del libro Agrupaciones de Empresas de, Carlos Enrigue Zuloaga (2006)

Alianzas Estratégicas

Como se ha mencionado, el mercado global cada vez se torna más dinámico y constantemente rompe paradigmas tradicionalistas, como ya hemos visto en apartados anteriores. Por lo cual también existe la necesidad de que el derecho evolucione al mismo tiempo en las herramientas que facilitan los actos de negocios y vinculación entre empresas.

Un cambio bastante importante que esta etapa ha traído consigo, es que las empresas pueden realizar coinversiones y asociaciones generales o limitadas, en donde se lleven a cabo intercambios de: licencias, tecnología, patentes, maquinaria, entre otros activos, para generar progreso, incursionar o ampliar su participación en nuevos mercados o mejorar su rentabilidad. En consecuencia, las empresas dejan de depender de factores externos que tienden a ser mucho más costosos, lo cual les permite obtener más ganancias. Un punto importante, que aborda el derecho corporativo son los intermediarios que se utilizan para lograr estas convenientes alianzas, los llamados: nexos contractuales.

Hoy en día, ha sido necesario que la forma en que se den los nexos entre empresas se tornen más flexibles y amplios para poder cubrir las expectativas de las partes involucradas, permitiendo entonces que el abogado pueda adaptar los términos de negociación, con relación a que tanto las empresas buscan aliarse. A continuación se presentan algunos de ellos:

Joint Venture: Este tipo de nexo es el indicado para las empresas que deciden cooperar entre ellas, más no subordinarse una con otra, prefiriendo mantener su independencia. En otras palabras "es un acuerdo para co-participar de una o más operaciones aisladas.... con un fin preponderante de lucro." (Zarkín, 2012, págs. 313-314)

Leasing: Se utiliza para el arrendamiento de licencias, patentes, marcas, tecnología, maquinaria. Sin duda la tecnología es una herramienta de suma importancia para las empresas, por el simple hecho de que la maquinaria y técnicas utilizadas para la producción pueden aumentar o reducir los costos y tiempos de operación de manera significativa. Por lo tanto buscar estar en la vanguardia en este ámbito pasa a ser una de las primordiales estrategias corporativas que toma una empresa.

Outsourcing: Este tipo de nexo va relacionado con la contratación del personal.

Conclusiones

Una vez entendida la diferencia y características de un negocio, empresa y corporativo, se puede volver mucho más sencilla la tarea de fundar o comenzar alguna de ellas. Puede decirse que una es la evolución de la otra y de acuerdo a las necesidades del empresario, se deben tomar las medidas adecuadas para lograr el desarrollo y expansión de sus firmas, a tal grado que se pueda explotar al máximo su potencial.

De esta manera, la intervención del derecho aplicado en los negocios es de vital importancia para desarrollar relaciones, cerrar negocios, incrementar capital y ganancias, además de permitir que las empresas permanezcan presentes en el mercado, pues a través de éste y sus mecanismos es posible lograr la obtención de beneficios para cada uno de sus socios o aliados según sea el caso. Así mismo, es necesario puntualizar la constante evolución global, en tanto a las prácticas corporativas y relaciones que realiza la empresa o corporación y la necesidad también de que surjan maneras no solo de entenderlas sino de regularlas, surgiendo pues el Derecho una herramienta clave para el manejo de las actividades estratégicas de la empresa en pos de su crecimiento.

Por ultimo agrego que en América Latina, a pesar de la importancia del área jurídica aplicada en el mundo de los negocios actual, se encuentra muy poca información al alcance, lo que significa que no se ha incursionado lo suficiente respecto al tema y puede ser un error muy grave, pues esta situación puede estar impidiendo estar en vanguardia con las estrategias corporativas que otros países ya explotan a su conveniencia para mejorar sus rendimientos. Esto puede repercutir en la forma en que se conducen las empresas y manejan sus asuntos, rezagándose en comparación de otros países de primer mundo; quienes se han dado la tarea de profundizar en este aspecto, y lo han explotado para obtener mayores beneficios a sus compañías, traduciéndose en el crecimiento de la economía de su país.

Por lo tanto es necesario ampliar la visión que se tiene en estas cuestiones, para evitar el conformarse con las prácticas corporativas actuales que conocemos y “han funcionado” Además de seguir realizando investigación y enriqueciendo el panorama de estos temas y fomentando su divulgación, lo que será de suma utilidad. Por lo que hacemos una aportación para que estos artículos sean publicados y así aportar a la divulgación de estos temas y poder llegar a micro y pequeños empresarios así como a emprendedores.

Referencias

Álamo Vera, García Soto, Suárez Ortega: “Estrategias de crecimiento horizontal y vertical: ¿unas a expensas de las otras?” Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol. 8, N° 2, 2002 Visto Abril 2017 de: Dialnet-EstrategiasDeCrecimientoHorizontalYVertical-306047.pdf

América Móvil: “Nuestra Empresa”. Visto 25-03-2017 de

<http://www.americamovil.com/es/acerca-de-nosotros/nuestra-empresa>

Bauche, Garciadiego, Mario: La Empresa, Editorial Porrúa, México, D.F., 1977

Carlos Slim Helú: (2015) “Actividad Empresarial”. Visto 25-03-2017 de http://www.carlosslim.com/act_empresarial.html#opera

Chiavenato, Idalberto: Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, Editorial McGraw-Hill, 1993.

Corporativo FEMSA: Nuestros Negocios: “Coca-Cola-FEMSA”. Visto 25-03-2017 de <http://www.femsa.com/es/negocios-femsa/empresas/coca-cola-FEMSA>

Enrique Zuloaga, Carlos: Agrupaciones de Empresas, 1era ed., Ed. Porrúa, México, D.F., 2006

INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009): “Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa.” Visto 24-03-2017 de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_PYMES.pdf

Instituto de Investigaciones Jurídicas: Diccionario Jurídico Mexicano Tomo A-CH, Editorial Porrúa, México, 1992.

Instituto de Investigaciones Jurídicas: Diccionario Jurídico Mexicano Tomo D-H, Editorial Porrúa, México, 1992.

Krallinger, Joseph: Fusiones y Adquisiciones de Empresas, Ed. McGrawHill, México D.F., 1999
Laris Casillas, Francisco Javier: Estrategias para la planeación y el control empresarial, Editorial Trillas, México 1978.

Magaña Hernández, Diana Margarita y Figueroa Díaz, Luis: Revista Alegatos, Sección Doctrina “La regulación jurídica de la empresa global”, México, 2011, Núm. 78 Mayo/Agosto. Visto Marzo 2017 de <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/alegatos/pdfs/71/78-01.pdf>

Revista Forbes México (Marzo 2015) : “Las 13 empresas mexicanas globales más grandes. Visto 25-03-2017 de <https://www.forbes.com.mx/las-13-empresas-mexicanas-globales-mas-grandes/#gs.Xwp9Fvk>

Rocco, Alfredo: Principios de Derecho Mercantil, Tribunal Superior de Justicia, México, 2006.

Rodríguez, Rodríguez, Joaquín: Derecho Mercantil Tomo 1, Editorial Porrúa, México, 1966.

Zarkín Cortés, Sergio Salomón: Derecho Corporativo, 4ª ed., Ed. Porrúa, México, D.F., 2012