

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Trabajo de Investigación
ANALISIS DEL CASO ENTRE
LAS EMPRESAS
McDonalds y Servipronto

Trabajo Presentado para optar al Título de:
Licenciatura en Administración de Empresas

Presentado por:
Rubén Henríquez

Febrero 2006
EL Salvador, C.A.

**UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
DE CIENCIAS EMPRESARIALES**



Trabajo de Investigación

***Análisis del Caso entre las Empresas
McDonalds y Servipronto***

Trabajo Presentado para optar al título de:
Licenciatura en Administración de Empresas.

Presentado por:
Rubén Henríquez

**BIBLIOTECA
U C E M**

Febrero, 2006
El Salvador, C.A.

INDICE

CAPITULO I	4
1.1 <i>Introducción</i>	4
1.2 <i>Identificación del Problema</i>	5
1.3 <i>Objetivo de la Investigación</i>	7
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	7
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	7
CAPITULO II	8
2.1. <i>Marco Teórico</i>	8
2.1.1 Definición de Franquicia:	8
2.1.2 Derecho de Franquicia	8
2.1.3 Ventajas y Desventajas	8
2.1.3.1 Ventajas de las Franquicias	8
2.1.3.2 Ventajas del Franquiciador	9
2.1.3.3 Ventajas para el Franquiciado	11
2.1.3.4 Desventajas de las Franquicias	12
2.1.4 Las Características que debe buscar un Franquiciador en un Franquiciado	13
2.1.5 Las Estrategias de Cobertura de Mercado	14
2.1.6 La Distribución Exclusiva y la Franquicia	15
2.1.7 Tipos de Franquicia	16
2.1.8 El Mercado de Franquicias	17
2.2 <i>Antecedentes de la Operación McDonalds y Servipronto en El Salvador</i>	19
2.2.1 Contexto del Porque de la Problemática	22
CAPITULO III	24
3.1 <i>Descriptor Metodológico</i>	24
3.1.1 Definición de Investigación Descriptiva	24
3.1.2 Definición de Investigación Analítica:	24
3.2 <i>Soporte de la Investigación y la Narrativa</i>	24
3.2.1 Entrevista Abogados Defensores de Servipronto	24
3.2.2 Entrevista con el Lic. P.R.P.M miembro del Buffete de Abogados Defensores de McDonalds en El Salvador	26
3.2.3 Informacion retomada de Periódicos de Mayor Circulación	28
3.2.4 Informacion retomada en Internet	38
CAPITULO IV	41
4.1 <i>Análisis de la informacion</i>	41
4.2 <i>Recomendación</i>	42
<i>Bibliografía</i>	43

CAPITULO I

1.1. Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo primordial el análisis del caso entre las empresas McDonalds y Servipronto, a la vez dimensionar el impacto que esto ocasiona al ramo de las franquicias en El Salvador.

El origen de las franquicias de comida rápida (comida chatarra) en El Salvador inicia a finales de la década de los setenta, cuando Roberto Bukele, un salvadoreño recién graduado de la Universidad de Wisconsin EUA consiguió una concesión por un periodo de 20 años de la franquicia McDonalds, cadena de restaurantes altamente conocida en Estados Unidos.

Actualmente dicha relación comercial enfrenta uno de los casos mas discutidos en el tema de franquicias en el ámbito nacional. Según Servipronto la cláusula de prolongación del contrato no ha sido respetada, mientras que McDonalds alega que los estándares de calidad para prolongar su derecho de franquicia no han sido cumplidos a cabalidad.

A continuación se determinara el alcance de tal situación y si la misma podría afectar al sistema de franquicias de comida rápida en El Salvador.

1.2. Identificación del Problema:

Fue en 1978 cuando McDonald's entregó tres licencias a Servipronto por un plazo de 20 años. En diciembre de 1995 se vencían los contratos, y la corporación McDonald's ante el incumplimiento de estándares de calidad decide demandar a Servipronto.

Al trascender la demanda, Servipronto inicia una campaña de desprestigio. Esta intenta, sin éxito, cobrar a McDonald's un supuesto incumplimiento de contratos. Un tribunal local resuelve que los contratos de Servipronto vencieron en 1995 y que nunca fueron prorrogados ni se volvieron a suscribir los mismos.

Servipronto emprende una serie de acciones dilatorias del proceso y eleva su campaña de desprestigio contra diversos sectores, incluidos medios de comunicación.

La Sala de lo Civil conoce un incidente de casación de Servipronto pero no lo resuelve en los 15 días que establece la ley. La Corte Suprema reprende a los magistrados de la Sala Tercero de lo Civil y les advierte que deben resolver el asunto.

Cronología del caso

La denominada "guerra de las hamburguesas" llegó a su fin después de siete años.

Diciembre 1995

- Vencían contratos y McDonald's exigía que se cumplieran los estándares de calidad.

Enero 1996

- Ante el incumplimiento de estándares, la corporación demanda a Servipronto.

Febrero 1996

- Por esa demanda judicial, Servipronto inicia una campaña de desprestigio.

Marzo 1997

- Roberto Bukele presenta una demanda por \$26 millones a Corporación McDonald's.

1998

- Un tribunal local resuelve que los contratos de Servipronto vencieron en 1995.

1999

- Bukele emprende actos dilatorios en el proceso y retoma campaña de desprestigio.

2001

- La Sala de lo Civil conoce casación (revisión) pero no la resuelve en los 15 días establecidos.

2002

- McDonald's logra que Servipronto no pueda utilizar cualquier rotulo o identificación con su marca.

2005

- La Corte de lo Civil falla a favor de Servipronto ordenando a McDonald's a renovar la franquicia por 20 años mas y a pagar la suma de \$ 23,9 millones de dólares por daños y prejuicios ocasionados a Servipronto.
- McDonald's se encuentra apelando el fallo.

De lo anterior se puede reflexionar:

¿Afectará al sistema de Franquicias de El Salvador, la problemática y el diferendo legal y judicial entre McDonalds y Servipronto? ¿Cuales fueron las causas que generaron dicha ruptura y cual fue el papel de las autoridades en la resolución del problema?

1.3. Objetivo de la Investigación:

1.3.1. Objetivo General

- *Analizar los efectos que puedan generarse en el sistema de Franquicias de El Salvador por el diferendo legal y judicial abierto por Servipronto en contra de McDonalds por la cancelación del contrato de concesión y de explotación de dicha marca en El Salvador, que se llevo a cabo a partir de 1995.*

1.3.2. Objetivos Específicos

- *Analizar las causas que generaron el conflicto entre ambas Empresas.*
- *Presentar las Reacciones del Franquiciador y el Franquiciado a la luz de los problemas presentados en el esquema comercial, legal y judicial.*
- *Analizar la actuación de las autoridades constituidas con respecto a la situación de la problemática presentada. (Ministerio de Economía, Comercio, representaciones diplomáticas y comerciales de los Estados, etc.)*

CAPITULO II

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Definición de Franquicia:

Según Meyer, H. en su libro titulado Marketing, ventas al por menor define las franquicias, concesiones o licencias, como un acuerdo contractual mediante el cual una compañía matriz (franquiciador) le concede a una pequeña compañía o a un individuo (franquiciado) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas. Lo dicho anteriormente, nos permite resumir de forma simple, que un franquiciador tiene el derecho de nombre o de marca registrada y le vende el derecho a un franquiciado; conociendo esto como licencia de producto.

2.1.2. Derecho de Franquicia:

Es un pago anticipado de una sola vez que los concesionarios hacen directamente a quién le concede la franquicia para ser parte del sistema de concesiones. El pago le reembolsa al franquiciador los costos de ubicación, calificación y entrenamiento de los nuevos concesionarios.

2.1.3. Ventajas y Desventajas

2.1.3.1. Ventajas de las Franquicias

De acuerdo con la administración de pequeños negocios de los Estados Unidos, la franquicia tiene varias ventajas sobre los minoristas independientes. Ellas son:

Reputación: es un sistema de licencias establecido y bien conocido, el nuevo concesionario no tiene que trabajar para establecer la reputación de la firma. El producto o servicio que se ofrece ya es aceptado por el público.

Capital de trabajo: cuesta menos dinero operar un negocio de concesión, porque el franquiciador le da al concesionario buenos controles de inventario y otros medios para reducir los gastos. Cuando es necesario, el franquiciador puede también dar asistencia financiera para los gastos operativos.

Experiencia: el consejo dado por el franquiciador compensa la inexperiencia del nuevo propietario.

Asistencia gerencial: el propietario de un pequeño almacén independiente tiene que aprender de todo, y un minorista experimentado puede no ser un maestro en todos los aspectos de finanzas, estadísticas, marketing y promoción de ventas. Las mejores compañías de franquicia le dan al concesionario asistencia continua en estas áreas.

Utilidades: al asumir unos costos razonables de franquicia y convenios sobre suministros, el concesionario usualmente puede esperar un razonable margen de ganancias, porque el negocio se maneja con la eficiencia de una cadenas.

Motivación: debido a que el concesionario y el franquiciador se benefician del éxito de la operación, ambos trabajan adecuadamente para lograrlo.

2.1.3.2. Ventajas del Franquiciador

Las motivaciones del franquiciador para crear una franquicia son esencialmente las siguientes:

1. Tener acceso a una nueva Fuente de capitales, sin perder o diluir el control del sistema de marketing.
2. Evitar los gastos fijos elevados que implican generalmente un sistema de distribución par almacenes propios.
3. Cooperar con los distribuidores independientes, pero altamente motivados por ser propietarios de sus negocios.
4. Cooperar con los hombres de negocios locales bien integrados en medio de la ciudad, de la región o del país
5. Crear una nueva fuente de ingresos basada en el saber hacer técnico comercial que se posee.
6. Realizar un aumento rápido de las ventas, teniendo el éxito un efecto **bola de nieve**.
7. Beneficiarse de las economías de escala gracias al desarrollo del sistema de franquicia.

Los franquiciadores aportan a sus franquiciados una ayuda inicial y continua; los servicios iniciales comprenden fundamentalmente: un estudio de mercado, un estudio de localización de restaurante franquiciado, una asistencia en la negociación de alquiler, una concepción de la decoración interior del punto de venta, la formación de la mano de obra, modelos de gestión contable y financiera. Los servicios continuos comprenden un seguimiento operativo, material de promoción, formación de cuadros y empleados, control de calidad, publicidad a nivel nacional, centralización de compras, informaciones sobre la evolución del mercado, auditorias contables y financieras, seguros aprobados, etc.

2.1.3.3. Ventajas para el Franquiciado

La motivación de franquiciado principalmente es beneficiarse de la experiencia, de la notoriedad y de la garantía, unidas a la imagen de marca del franquiciador. A esta motivación básica se añaden las consideraciones siguientes:

1. Tener la posibilidad de poner en marcha una empresa con el recurso necesario y mínimo requerido por el marco legal.
2. Reducir el riesgo y la incertidumbre, puesto que se trata de un proyecto de éxito probado.
3. Beneficiarse de un mejor poder de compra ante los proveedores de la cadena franquiciada.
4. Recibir una formación y una asistencia continua proporcionadas por el franquiciador.
5. Tener el acceso a los mejores emplazamientos, gracias al renombre y al poder financiero del franquiciador.
6. Recibir una ayuda a la gestión del marketing y a la gestión financiera y contable de la franquicia.
7. Tener locales y decoración interior bien concebidos.
8. Beneficiarse de la investigación y desarrollo constantes de nuevos productos o servicios.
9. Tener la posibilidad de crear su propio negocio como independiente perteneciendo a una gran organización.

El acuerdo de franquicia es una forma relativamente flexible de colaboración entre el franquiciador y los franquiciados. No obstante, existen tres **fundamentos indispensables** para la solidez de un acuerdo de franquicia, que son:

- La voluntad de trabajar solidariamente.
- La aceptación de un derecho de transparencia recíproco.

- El fundamento legal de la fórmula.

Esta última condición es esencial; la franquicia es un método original de distribución de un buen producto o de un buen servicio (una fórmula de éxito); no será nunca una solución para sacar de un apuro o de salvaguardia de una empresa en dificultad que se declare «franquiciador» sin haber hecho ella misma la prueba de su fórmula.

2.1.3.4. Desventajas de las Franquicias

Existen también desventajas para el concesionario y se presentan a continuación algunas de ellas:

Derechos: los derechos que el franquiciador cobra por el uso del nombre de la empresa, los precios cobrados por las provisiones y otros gastos pueden ser muy altos para una localidad particular. Este guión de definición financiera podría estar determinado en los márgenes de costo / beneficio de tal forma que permita la continuidad del negocio al mayor plazo posible.

Menos independencia: debido a que el concesionario debe seguir los patrones del franquiciador, el minorista pierde algo de su independencia.

Estandarización: Los procedimientos son estandarizados y los concesionarios no tienen mucha posibilidad de utilizar ideas propias.

Lentitud: debido al tamaño, un franquiciador puede ser lento para aceptar una nueva idea o adaptar sus métodos a los cambios de condición.

Cancelación: es difícil y caro cancelar un convenio de concesión sin la cooperación del franquiciador.

El control: el franquiciador tiene menos control sobre el concesionario, que si montara sus propias instalaciones de producción.

El competidor: si el concesionario tiene mucho éxito, podría provocar la re-negociación de los términos del convenio y mejorar las ambiciones económicas de ambas partes.

2.1.4. Las Características que debe buscar un Franquiciador en un Franquiciado:

Con respecto a la experiencia de los franquiciados considerados expertos en los últimos años, casi siempre que ha habido éxito, se ha podido percibir que el franquiciado reúne la mayoría, si no todas, las características elementales que debe buscar un franquiciador para el desarrollo de su concepto en un país extranjero:

- Conocimiento del mercado local.
- Conocimiento del segmento de mercado que interesa a la franquicia.
- Actitud flexible
- Recursos económicos necesarios
- Recursos administrativos necesarios
- Capacidad de comunicarse adecuadamente con su franquiciador
- Experiencia de negocios en el país del franquiciado
- Conocimientos del mercado inmobiliario de su país
- Habilidad para ayudar en la selección de los posibles proveedores del sistema
- Buenas relaciones y experiencia en el trato con los funcionarios de gobierno del país al que ingresa la franquicia.

Cuando el franquiciador multinacional, esto es, el que intenta penetrar en un mercado extranjero, omite seleccionar a su franquiciado a la luz de los criterios comentados y se guía únicamente por el económico (situación que

desafortunadamente es generalizada), las posibilidades de fracaso son importantes. Como conclusión, para aquellos empresarios que estén considerando ofrecer en franquicia su negocio; tendrán que considerar que las franquicias son una solución de mercado a un problema de mercado. Por lo tanto, a todas luces es inadecuado utilizar a las franquicias como una solución a problemas que son meramente de índole financiero.

2.1.5. Las Estrategias de Cobertura de Mercado

Si el canal de distribución elegido es un canal indirecto, se presenta el problema del número de intermediarios a reclutar para obtener la tasa de cobertura del mercado necesaria para la realización de los objetivos de penetración. Varias estrategias de cobertura del mercado pueden ser consideradas.

- Hollywood ofrece goma de mascar en todos los sitios que puede; en todas las tiendas de alimentación, en los estancos, en las papelerías, en los distribuidores automáticos, en el comercio ambulante.
- La firma Pierre Cardin distribuye sus productos de confección en tiendas especializadas, cuidadosamente seleccionadas, y se asegura que está representada por los mejores.
- Volkswagen distribuye sus coches a través de concesionarios; a cada concesionario se le asigna una región donde ningún otro estará autorizado para representar la marca.

Hollywood practica una distribución **intensiva**, Cardin una distribución **selectiva** y Volkswagen una distribución **exclusiva**. La elección de la estrategia a adoptar para un producto dado depende de las características del mismo y del objetivo perseguido por la empresa dentro del entorno competitivo en el que se encuentre.

2.1.6. La Distribución Exclusiva y la Franquicia

Un sistema de distribución exclusiva es la forma extrema de la distribución selectiva. En una región predefinida, un sólo distribuidor recibe el derecho exclusivo de vender la marca y se compromete generalmente a no vender marcas competitivas. En contrapartida, el distribuidor acepta no referenciar marcas competidoras en la misma categoría de productos. Una estrategia de cobertura exclusiva es útil cuando el fabricante quiere diferenciar su producto por una política de alta calidad, de prestigio o de calidad de servicio. La estrecha cooperación entre fabricante y distribuidor facilita la puesta en marcha de este programa de calidad. Las ventajas e inconvenientes de este sistema son las de la distribución selectiva, pero ampliadas. Una forma particular de distribución exclusiva es la franquicia.

La franquicia es un sistema de marketing vertical contractual que organiza la distribución de bienes o servicios. Hay acuerdo de franquicia cuando, por contrato, una empresa, llamada **franquiciadora** concede a otra el derecho de explotar un comercio en un territorio delimitado, según unas normas definidas y bajo una enseña o marca dada. La empresa que concede, ofrece generalmente a sus franquiciados una ayuda continua permitiéndoles comerciar en las mejores condiciones posibles en sus territorios respectivos. Es, pues, a la vez que remunerar el derecho de utilización de una marca de comercio y para beneficiarse de una aportación continua del saber hacer por lo que el franquiciado se compromete contractualmente a entregar al franquiciador unos derechos iniciales -tanto alzado- y/o unos porcentajes sobre sus ventas. El franquiciado compra, de hecho, una fórmula de éxito de la cual el franquiciador y quizá otros franquiciados han hecho la prueba en otros territorios.

2.1.7. Tipos de Franquicia

Las franquicias o el concesionamiento ha sido el desarrollo de más rápido crecimiento y mayor interés en los últimos años. Aunque la idea básica ya es vieja, algunas formas del concesionamiento son muy recientes. Pueden distinguirse tres formas de concesionamiento:

La primera es el sistema de concesión al detallista patrocinado por el fabricante, el cual ejemplifica la industria automóviles. Así la Ford concesiona a los distribuidores para que vendan sus automóviles y los distribuidores, que son negociantes independientes, aceptan cumplir con varias condiciones de ventas y servicios.

La segunda es el sistema de concesionamiento al mayorista patrocinado por el fabricante. Este sistema se encuentra en la industria refresquera. Coca - Cola, por ejemplo, otorga licencia a embotelladores (mayoristas) en varios mercados, los cuales adquieren sus concentrados a los que agregan carbonato, embotellan y venden a los detallistas en los mercados locales.

La tercera es el sistema de concesionamiento al detallista patrocinado por la firma de servicios. En este caso, una firma de servicio organiza todo un sistema para llevar su servicio en forma eficiente a los consumidores. Ejemplo de este tipo de concesionamiento se encuentran en el negocio de la renta de vehículos (Hertz, Avis), en el negocio de alimentos rápidos (Mc. Donald's, Burger King), y en el negocio de moteles (Howard, Johnson, Ramada Inn).

2.1.8. El Mercado de Franquicias

En los últimos años el sistema de negocios por franquicias alcanzó un explosivo desarrollo gracias a la globalización de la vida económica de las naciones orientadas a una creciente apertura en este proceso de transformación del capitalismo.

Las renovadas estrategias de comercialización de productos y servicios pusieron en un primer plano la alternativa de sumar un mayor número de bocas de expendio con beneficios para el franquiciador y el franquiciado.

De acuerdo a estimaciones del departamento de Comercio estadounidense, a finales de este siglo un 50 por ciento de las ventas minoristas se manejará dentro del sistema de franquicias.

Este interesante campo no es exclusivo de los países desarrollados, las franquicias no tienen fronteras. Desde hace varios años América Latina como otros mercados emergentes transitan sus propias experiencias con un despliegue más generoso en el Brasil, siguiéndole México, Chile, Colombia y la Argentina.

Pero también comenzó a notarse incluso en los mercados socialistas y no faltan locales por franquicias en recónditos puntos del planeta. En muchas ciudades bajo diferentes climas y latitudes es posible degustar la famosa Big Mac, rentar vídeos de la cadena Blockbuster, dormir en la cadena Holiday Inn, entre otros.

Hay un gran número de empresarios que contemplan otorgar franquicias de sus negocios, con la seguridad de que al hacerlo puede resolver sus necesidades de expansión, para aquellos que alguna vez han soñado ser dueños de su propio negocio, la franquicia se ha constituido en una opción interesante y segura para lograr su propósito en un ambiente de negocios incierto.

El franquiciador tiene la tarea de fijar el nombre comercial, elegir los colores corporativos, diseñar su imagen pública, definir el producto, escribir los manuales de funcionamiento, concretar la transferencia de la tecnología involucrada a quien recibe la licencia, controlar la calidad, determinar la indumentaria de los empleados, establecer las pautas publicitarias, brindar asesoría permanente y dar entrenamiento a quien opera la licencia.

La comunicación de la imagen global de la marca aparece como el condimento esencial para garantizar el éxito de los negocios. Esto, aunado a la estrategia empresarial y el "target" conforman el trípode que sustenta esta actividad.

Latinoamérica es un mercado muy buscado por las firmas de Estados Unidos, el país de origen del sistema de franquicias y el lugar donde el sector es más dinámico. Pero una de las tendencias más recientes muestra que las empresas en América latina también intentan, por medio de franquicias ganar mercados más allá de sus fronteras.

Del mismo modo que el fenómeno de la internacionalización partió de Estados Unidos, los recientes análisis de este mercado sacan a la luz otros cambios en el rubro que, a medida que el desarrollo continúe, se reflejarían en Latinoamérica.

No es raro que un sector tan ágil y versátil como las franquicias responda a los cambios económicos y sociales con rapidez. La orientación creciente de la economía hacia la generación de servicios, la incorporación de más mujeres al mercado de trabajo o el envejecimiento progresivo de la población son algunas de las tendencias que repercuten en el sector de las franquicias.

Así, se espera que los negocios de mayor expansión entre los que trabajan por franquicias sean aquellos relacionados con la prestación de servicios, como las reparaciones, la limpieza hogareñas, el mantenimiento y reparación de autos, asistencia médica, educación y entrenamiento o telecomunicaciones. También tienen

posibilidades de florecer los servicios a empresas, como contaduría, distribución de correspondencia, personal temporal, e impresiones.

Aunque la situación de los países latinoamericanos difiere bastante entre sí, en algunos como México, Argentina y Brasil este tipo de franquicias ya existe.

2.2. Antecedentes de la Operación McDonalds y Servipronto en El Salvador:

El legendario Ray Krock compro a los Hermanos McDonalds el sistema de restaurantes de hamburguesas, que originaron en San Bernardino, California y su expansión estaba en casi el 65% de los Estados de la Unión Americana.

Roberto Bukele un joven salvadoreño que regresaba graduado de Ingeniero Químico de la Universidad de Wisconsin, EEUU. Provoco en el sistema financiero un guión de discusión por la propuesta de financiamiento al proyecto de "franquicia McDonalds con Servipronto en El Salvador"; en ese momento habia escepticismo y poca credibilidad y confianza en la situación política y social que atravesaba la nación salvadoreña, y se era pesimista con las proyecciones del joven empresario.

Bukele, reto a que iniciaría el "cambio de habito" en la alimentación y el auto-servicio de los alimentos, en una sociedad acostumbrada a recibir los alimentos en plato servido, etc. Pero fue en el año 1978 que se firmo el primer acuerdo por 20 años de contrato por la explotación de la marca McDonalds en El Salvador por la administradora salvadoreña Servipronto. Este suceso marcó en alguna medida la pauta para que otras empresas salvadoreñas salieran a la cacería de otras "franquicias" para la generación de competencia y diversidad de comida rápida.

El marco legal que rige la funcionabilidad u operatividad de las relaciones del franquiciador y el franquiciado se vio fortalecido y fue objeto de revisión, evaluación y análisis para garantizar los propósitos de su creación y fundamentación. La vigilancia de la marca y sus requerimientos de cumplimiento de los estándares que rigen a la calidad McDonalds eran constantemente auditados y puestos en la vista pública, para garantía de los consumidores y del prestigio McDonalds.

Después de 20 años de relación "normal" (con altibajos) entre ambas empresas, debe darse una prorrogación del contrato de la explotación de la marca y con ello vienen nuevos requerimientos en los estándares de rendimiento, calidad y porcentajes en los montos de remuneración por la "exclusividad" de la explotación en El Salvador; situación que conlleva una relación tensa y de proteccionismos antagónicos entre ambas empresas. Servipronto logro penetrar con gran éxito en el genero alimenticio informal basado en servicio y calidad y con un bajo costo de atractivo popular. También logro generar el cambio en los hábitos alimenticios de los salvadoreños y llevarlos a aceptar el genero "self service".

Pero en Octubre del año 1979 el golpe de estado en El Salvador altera el sistema económico y social, generando situaciones de poca confianza en el sistema legal y otros campos de la vida económica y las representaciones extranjeras empezaron su retirada y abandono del país. Pero Servipronto confirmo su compromiso ante la transnacional McDonalds y mantuvo la representación exitosamente. Pero también surgieron las constantes reclamaciones de los cumplimientos de calidad y servicio que comprometen a la marca McDonalds con sus clientes, no importando quien es su explotador local, y también surgieron "otros inversionistas" con interés de adquirir dicha franquicia y se comenzó una batalla legal y propagandista que llevo a las empresas a un enfrentamiento y deterioro de las relaciones contractuales establecidas.

La estrategia de negocios de McDonalds cambió desde el monto por "uso de marca" de 5% al 18 y 20%, y la coinversión en las infraestructuras y equipamiento de los establecimientos y "exageración" en los estándares de cumplimiento. La relación contractual se rompió al amparo de no prorroga del contrato por McDonalds para Servipronto y se generó un escándalo en el ambiente de los negocios que operan bajo el esquema de franquicias.

La Transnacional recurrió a los canales diplomáticos para lograr sus fines de cambio de concesionario y las nuevas reglas de la relación. El Gobierno salvadoreño no ha mostrado una pasión por definir una posición de protección al empresario salvadoreño, mas bien integro un grupo colegiado de abogados quienes prepararon un análisis de la situación del marco legal bajo el cual se formalizan estos contratos y fortalecer este ambiente de relación entre empresas. A nadie escapa lo difícil de manejar esta situación del sistema legal salvadoreño ante la presión de la Embajada Norte Americana por definir el caso a favor de su empresa, pero mas bien esto definio la posición del estado salvadoreño y dejó que las instancias judiciales sean las que emitan los fallos pertinentes basándose en las pruebas presentadas y analizadas.

La confianza en la legislación salvadoreña estuvo a prueba y quedó en manos de los legisladores y actores la sentencia de ley, las instancias de los Juzgados de 2da, 3ra y 4ta Instancia, emitieron sus resoluciones de sentencias a sus mejores criterios y evidencias presentadas y sustentadas en base legal. Ambas partes denuncian en sus alegatos y evidencias, que no han sido tratados con igualdad de oportunidades y que son sujetos de diferencias legales en sus tratamientos, ambas partes confirman tener la razón de su defensa y que sus derechos pactados legalmente han sido violados, tanto que las referencias van desde la existencia y anulación de un contrato de renovación, el cual nunca apareció en el proceso jurídico. Algunos entendidos en la materia referían el caso de McDonalds y Servipronto, como el enfrentamiento de David contra Goliat.

2.2.1. Contexto del Porque de la Problemática:

Siendo El Salvador un país con un alto grado de índice poblacional (6.5 millones) mas unos 2.5 millones que residen en Estados Unidos, los cuales envían sus remesas a los familiares residentes en El Salvador, siendo esta población salvadoreña residente en USA, la que exporta "cultura" que incluye el habito de ingerir alimentos de "preparación rápida" o "alimentos chatarra" por ser de nueva generación y de fácil adquisición. Esto representa ingresos que van desde los \$10 millones a \$20 millones anuales a las empresas de "comida rápida". He aquí los intereses que están en juego y por ende las celosas contrataciones alrededor de estos negocios.

La clientela favorecida con este tipo de alimentación es, siempre la clase media, media baja, por ser un sector de la población con más ímpetu de prueba y degustación del ambiente en moda. Es así como negocios como Pollo Campero, Pizza Hutt, Wendy's, etc. son favorecidos con la oferta y demanda de sus consumidores.

En El Salvador existen al rededor de unas 75 empresas que se rigen bajo el esquema de franquicias y constantemente están en revisión de sus materias contractuales y definiendo las renovaciones de sus conceptos, términos y garantías a la relación, el caso McDonalds y Servipronto ha generado en el ambiente empresarial una mayor atención y dedicación a salvaguardar los intereses de cada parte del negocio, y ha generado la promulgación de mas empresas interesadas en este genero alimenticio, otras transnacionales han iniciado operaciones en El Salvador.

Pero no todo es color de rosa, ya los sistemas de Salud Publica, han emitido sus emplazamientos a las diferentes empresas de "alimentos chatarras" por ser estos alimentos los causantes de los hábitos de obesidad y otras enfermedades como la diabetes, alta presión arterial, reumatismo, complicaciones gastrointestinales, etc.,

que afectan la calidad de vida de los salvadoreños y demandan mas servicios de atención publica en los hospitales y clínicas de salud, etc.

El Gobierno salvadoreño a través de los diferentes mecanismos e instrumentos legales, esta iniciando sus requerimientos de "mas alta calidad" en los alimentos de producción masiva, para reducir los efectos negativos en la clientela. Pero, también es bien conocida la importancia de continuar con la generación y promulgación de Empresas de alimentos rápidos, pues estas generan trabajos directos, e indirectos, generan impuestos directos e indirectos y por sobre todo transmiten al mundo interno y externo confianza en el sistema jurídico y empresarial.

11.2. Definición de Investigación Analítica

Es un procedimiento más complejo con respecto a investigación descriptiva, que consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y el control sin aplicar o manipular las variables, estudiando estas según se dan naturalmente en los grupos.

12. Soporte de la Investigación y la Narrativa

12.1. Entrevista Abogados Defensores de Servipronto

Resumen de la entrevista con Lic. ELP y Lora, M.L. de P., la base y sustento legal de la defensa, para lograr un fallo favorable para Servipronto estaba en respaldamiento de "presencia y evidencia del contrato de puerrega" del cual Servipronto únicamente tiene una copia, pero en el seno legal, las copias no constituyen prueba

CAPITULO III

3.1. Descriptor Metodológico

La presente investigación es de carácter Descriptiva - Analítica

3.1.1. Definición de Investigación Descriptiva:

Se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.

Descriptivos: Es una investigación inicial y preparatoria que se realiza para recoger datos y precisar la naturaleza; y sirve para describir diversas pautas de comportamientos sociales de una comunidad tales como: origen racial, opiniones, políticas, rango de edad, preferencias, etc.

3.1.2. Definición de Investigación Analítica:

Es un procedimiento más complejo con respecto a investigación descriptiva, que consiste fundamentalmente en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y el control sin aplicar o manipular las variables, estudiando estas según se dan naturalmente en los grupos.

3.2. Soporte de la Investigación y la Narrativa

3.2.1. Entrevista Abogados Defensores de Servipronto

Resumen de la entrevista con Lic. E.J.F y Lcda. M.L. de F., la base y sustento legal de la defensa, para lograr un fallo favorable para Servipronto estaba en requerimiento de "presencia y evidencia del contrato de prorroga" del cual Servipronto únicamente tiene una copia, pero en el seno legal, las copias no constituyen prueba

sólida, pero si abren el camino para que McDonalds "deba presentar" dicho contrato que evidenciaba la renovación y prorroga de la explotación de la marca, la existencia del contrato abriría el camino de una nueva investigación y profundizar la investigación de la autenticidad y registro en las entidades gubernamentales correspondientes, por otro lado esta la posición de Servipronto, que estaría haciendo uso del derecho del silencio administrativo por las desatenciones jurídicas por parte de la representación legal de McDonalds ante los tribunales pertinentes, Servipronto estaría haciendo uso de las evidencias (reportes de encuestas) de la satisfacción de los clientes, como también de los resultados de análisis de laboratorios de los productos entregados a la clientela, también con el respaldo de los estados financieros debidamente legalizados y que están en cumplimiento de las obligaciones fiscales ante las instancias pertinentes salvadoreñas.

Evidenciarían los beneficios para McDonalds por la buena gestión de Servipronto y los montos económicos derivados de dicha gestión, pero también requerían de igualdad de condiciones y tratamiento jurídico, expresaban plena confianza en el sistema jurídico salvadoreño y confiaban en un fallo favorable para su representada, McDonalds en ninguna de las fases del proceso judicial logro ser contundente en sus pruebas y defensas presentadas, aspecto que generaba mas confianza en el equipo demandante por Servipronto, pero al final las cosas cambiaron y el equipo de Abogados que inicio el proceso renuncio a la representación de Servipronto y el Lic. R. Bukele debió recurrir a un nuevo equipo de abogados para continuar su proceso judicial de demanda, este cambio no dejo de afectar en alguna medida el proceso y demoro algunas gestiones que impactaron negativamente en el contexto de la defensa.

El proceso fue llevado a diferentes Instancias Judiciales, en los Juzgados de lo Mercantil, Laboral, Judicial, con el propósito de lograr un completo paquete de impacto en la economía y las empresas de libre inversión. A la fecha, la representación legal de Servipronto, sigue buscando nuevos canales de

oportunidades de revivir la lucha legal por lograr la restauración de la franquicia o en su defecto el reintegro por daños y perjuicios en contra de Servipronto, pero la lucha esta cuesta arriba.

3.2.2. Entrevista con el Lic. P.R.P.M miembro del Buffete de Abogados Defensores de McDonalds en El Salvador

Manifiesta firmemente convencido de estar ante una situación difícil de manejar, por tratarse de una Empresa de altos intereses a escala mundial y una Empresa de interés Particular, que el Contrato que define la relación entre ambas empresas no fue respetado en algunas de sus cláusulas por Servipronto y que el contrato nunca fue renovado.

Durante el proceso McDonalds, evidencio los análisis de falta de cumplimiento en los estándares de calidad en los productos y servicios acordados por ambas partes y que son la razón de ser de McDonalds, evidencio que existían ciertas irregularidades en el sistema de reportes financieros de Servipronto hacia McDonalds que reflejaban inconsistencias de productos y sus montos económicos reportados, que reconocen los esfuerzos invertidos en tratar de superar esta situación de diferendo antes de llegar a las instancias judiciales.

McDonalds muestra su confianza en el sistema jurídico salvadoreño y manifiestan abiertamente, que no han necesitado de la intervención de la Oficina de Intereses de la Embajada de EE UU en El Salvador, mas que únicamente para la legalización de los documentos e instrumentos de ley requeridos para el debido proceso jurídico. Presento una serie de documentos, tales como encuestas de auditoria de calidad y servicios, que evidenciaban insatisfacción y falta de cumplimiento a los términos pactados, evidencias de laboratorios con resultados negativos en la calidad de los productos ofertados.

Y finalmente presento la abundante correspondencia entre ambas empresas donde McDonalds constantemente respondía a Servipronto que el contrato no sería renovado a su vencimiento. No existe contrato firmado que demuestre la renovación.

Pero el Lic. P.R.P.M., reconoció que McDonalds en un acto de cooperación con Servipronto, le otorgo un préstamo de 500,000 USD para inversión en las "mejoras del negocio", pero que eso no constituía un entendimiento de prorroga como lo pronunciaba Servipronto, mas bien dice McDonalds fue un préstamo de buena gestión de relación y no de compra de contrato.

McDonalds esta convencida de lo difícil de cerrar con buena imagen este capítulo con Servipronto, pero que la marca McDonalds no puede retroceder en sus conceptos y requerimientos de calidad y servicios, de igual forma requieren de llevar una mejor relación con sus Partners o Asociados, muestran su total respaldo y confianza en la legislación salvadoreña y confían en que este genero de negocios seguirá en crecimiento por lo sólido del sistema judicial, y el crecimiento en la población consumidora.

3.2.3. Información retomada de Periódicos de Mayor Circulación

EL DIARIO DE HOY 29 DE ABRIL DE 2002

Magistrados vrs. Magistrados

Una orden para que no retarden la justicia recibieron los tres magistrados de la Sala de lo Civil, de los restantes miembros de la Corte Suprema de Justicia. La orden es sencilla: resuelvan el caso de McDonald's.

En una decisión sin precedentes en la historia judicial del país, la Corte Suprema de Justicia ordenó a los tres magistrados que componen la Sala de la Civil de ese Poder que administren justicia, sin retardo, en el caso en el que la corporación internacional McDonald's demandó por competencia desleal a la empresa Servipronto.



La resolución, notificada el viernes último, revela que los magistrados que componen la Sala de lo Civil de la Corte Suprema de Justicia fueron reprendidos por los restantes magistrados, para que resuelvan un caso que mantienen, en su despacho, desde hace casi un año.

*Foto ilustración de las hamburguesas da mc de servipronto los que en 1997 tuvieron problemas con la empresa de comida rápida mc donalds, estas imágenes serán usadas para ilustrar temas relacionados con mc de servipronto y mc donalds.
Foto Digital Manue orellana*

La Sala de lo Civil de la Corte Suprema de Justicia está compuesta por los magistrados Anita Calderón de Buitrago, Victoria Marina de Avilés y Mauricio Ernesto Velasco Zelaya.

El recurso de queja por retardación de justicia fue presentado por los abogados Roberto Romero Pineda y Carlos Humberto Henríquez Domínguez, el 21 de marzo último, como apoderados especiales de la firma McDonald's Corporation, una compañía domiciliada en Oak Brook, estado de Illinois, EE.UU.

Es el primero de ese tipo de recursos que se conoce en el país y que, finalmente, la Corte Suprema de Justicia resolvió a favor de los abogados de McDonald's.

Qué pidieron

Los representantes de McDonald's recuerdan que el 11 de julio de 1997 interpusieron una demanda por competencia desleal contra Servipronto de El Salvador, representada por Roberto Bukele Simón. El juicio por competencia desleal se tramitó en el Juzgado Quinto de lo Mercantil. En 1999, se pronunció allí una sentencia definitiva contra Servipronto.

Esta última firma apeló, pero el recurso se declaró desierto. La empresa salvadoreña, representada por el abogado Eduardo Cardoza, volvió a apelar, aunque sin éxito.

Los abogados de Servipronto insistieron y presentaron un recurso de Casación ante la Sala de lo Civil de la Corte Suprema de Justicia, que se admitió únicamente para examinar un supuesto error en la apreciación de las pruebas, cometido al rechazarse la revocatoria de la decisión que declaró desierta la revocatoria.

Los abogados de McDonald's estimaron que ese recurso lo admitió, la Sala de lo Civil, de manera indebida. También se alegó que los miembros de la Sala han retardado la aplicación de la justicia.

"Justicia tardía se convierte en injusticia", dijeron los abogados de McDonald's en el recurso de retardación de justicia que presentaron el 22 de marzo.

"La negativa o la resistencia de la Sala a resolver el caso referido constituye también la violación de los artículos 10 y 11 de la Constitución Política, por lo que la Honorable Corte Suprema de Justicia, como tribunal superior dentro de nuestro organismo judicial, tiene la potestad de tomar las medidas necesarias para que los tribunales, incluidas sus salas, fallen con prontitud debida, lo que no sólo redundará en fallos oportunos que contribuyen a la paz social, sino también en el prestigio que merece el más alto tribunal", se dijo en el recurso.

Transcurrieron once meses desde que las partes involucradas en la querella presentaron su último escrito y, sin embargo, los magistrados de la Sala de lo Civil no tomaron ninguna decisión respecto al incidente de Casación presentado por Servipronto, a pesar de que, de acuerdo con la ley, debían resolver en 15 días.

"Ante el silencio, los suscritos en forma individual hemos visitado, frecuentemente, la Corte, haciendo múltiples gestiones y solicitando, infructuosamente, las más de las veces, audiencia a los integrantes de la Sala, sin ningún resultado", se quejaron los abogados Romero y Henríquez.

Mc Donald's también le recordó a la Corte Suprema que el país ratificó el acuerdo de Marrakech en el que se dice "que las medidas y procedimientos destinados a hacer respetar dichos derechos no se conviertan, a su vez, en obstáculos al comercio legítimo".

También se alega que "los procedimientos relativos a la observancia de los derechos de propiedad intelectual serán justos y equitativos. No serán necesariamente complicados o gravosos, ni comportarán plazos injustificables".

EL DIARIO DE HOY 30 DE ABRIL DE 2002

Fallo McDonald's dividió Corte

La decisión de apresurar el fallo en el caso McDonald's dividió el criterio en la Corte

Los magistrados de la Corte Suprema de Justicia (CSJ) se enfrascaron en un inusual litigio sobre si son o no la instancia a la que correspondía ordenar a tres de sus compañeros que apresuraran la resolución sobre una casación o revisión de un fallo mercantil en el caso McDonald's/Servipronto, según trascendió ayer.



Una de las primeras acciones mercantiles en contra de Servipronto fue la orden de tapar los rótulos e insignias que dicha empresa habría utilizado de forma ilegal en perjuicio de McDonald's. Dicha decisión se mantiene desde 1997.

Foto Liza Onofre

En votación de la corte plena (reunión de los 15 magistrados que integran el máximo tribunal, pero que sólo votaron 12 en este caso), se ordenó a los tres integrantes de la Sala de lo Civil (donde se halla la casación) que deberían emitir un fallo en el caso lo antes posible, pues los abogados de la corporación McDonald's alegaron retardación de justicia. Estos últimos presentaron un recurso de retardación de justicia, que prácticamente era inédito en la justicia salvadoreña.

Desde 2000

La revisión del fallo del Juzgado 5o de lo Mercantil de esta capital, se encuentra en dicha Sala desde marzo de 2000.

El caso es que la votación fue ocho contra cuatro. La mayoría prevaleció en la decisión de ordenar "pronta y cumplida justicia", mientras que los cuatro restantes opinaban que la Corte plena no es un tribunal de instancia, pues la máxima instancia es la Sala de lo Civil, en estos casos.

Ayer también trascendió que uno de los magistrados de la Sala de lo Civil que estudia la casación McDonald's/Servipronto, Mauricio Ernesto Velasco, se excusó desde la llegada del proceso a dicha Sala, por lo que no tiene que ver con la retardación de justicia alegada.

No se sabe la razón de la excusa del funcionario, pero se aclaró su participación en el caso.

Histórico

El abogado Ástor Escalante opinó ayer que siendo la Corte Suprema de Justicia (CSJ) la máxima instancia, es lógico que se haya pronunciado este caso sobre una retardación de justicia, ya que, además, es atribución del máximo tribunal impartir justicia, por mandato constitucional.

"En la práctica se conocen tribunales de primera y de segunda. Ya no se menciona una tercera, sino que están las salas (de la Corte). En esencia, la Corte Suprema de Justicia es la última instancia decisoria sobre casos civiles, mercantiles, penales y contenciosos", dijo Escalante a El Diario de Hoy al apoyar el fallo final.

"La retardación es un problema histórico e institucional del Órgano Judicial y esta resolución llama a la reflexión, no sólo para los tres magistrados, sino para todos los magistrados de la Corte", dijo Escalante.

El abogado hizo referencia, por ejemplo, a la Sala en la que más le consta este problema: la Sala de lo Penal, pues las casaciones, tan sólo para responder sobre la admisión o no, tardan alrededor de un año.

Escalante opinó que si se alega carga procesal en las salas, se debería buscar el mecanismo idóneo para cumplir con el mandato constitucional de impartir pronta y cumplida justicia.

EL DIARIO DE HOY 9 DE DICIEMBRE DE 2005

El Proceso

El proceso entre Servipronto y McDonald's ha transcurrido entre ires y venires judiciales

1974 contrato

A principios de los 70, McDonald's entregó tres licencias a Servipronto por un plazo de 20 años

1996 demanda

Ante la denuncia de incumplimiento de estándares de calidad, McDonald's decide demandar a Servipronto ante los tribunales

1999 recursos

Servipronto inicia una serie de acciones judiciales que logran ganar tiempo en el litigio que comenzó en 1995

McDonald's apelará

Resolución. La Cámara 2o. de lo Civil falló en favor de Servipronto y ordenó renovar la franquicia por 20 años □ con la transnacional. Además tendrá que pagar más de \$23 millones por daños y perjuicios. McDonald's pedirá revisión de la Corte Suprema de Justicia por inconsistencias en el fallo

BIBLIOTECA
U C E M

A ocho años de que la transnacional McDonald's retirara su franquicia a Servipronto de El Salvador, aún continúa la batalla legal entre ambas empresas de comida rápida.



La pugna. McDonald's terminó el contrato con Servipronto en 1996. Van ocho años de batalla. Foto: EDH

La Cámara 2o. de lo Civil ordenó renovar la vigencia del contrato con la empresa nacional, por un periodo de 20 años, el cual finalizaría en el año 2016.

Asimismo sentenció a la cadena de restaurantes a pagar \$23 millones 977, 490. 40 (en colones son 209 millones 893, 067. 26) en concepto de daños y perjuicios.

Ante esto, McDonald's presentará un recurso de casación (revisión del documento por considerarlo injusto) por la "inconsistente sentencia", que les fue notificada el pasado miércoles.

Para el apoderado general de McDonald's Corporation, Roberto Romero Pineda, este fallo es un grave precedente para la inversión extranjera (ver nota aparte).

En las casi 40 páginas del documento, la Cámara declaró la existencia de daños hacia la sociedad anónima, tras la finalización del contrato por parte de la transnacional en 1996.

El fallo de la Corte es la respuesta de la revisión que interpuso la empresa nacional hace un par de años.

Servipronto impugnó las resoluciones obtenidas en las diferentes instancias del sistema judicial

La cadena de restaurantes ganó el juicio por competencia desleal, en el Juzgado 5o. de lo Mercantil y en las tres instancias siguientes.

También se adjudicó la victoria de las dos primeras fases del juicio en reclamación de daños y perjuicios por incumplimiento de contrato y la cual está en discusión.

Resultados

Según Roberto Bukele, presidente de Servipronto, esta resolución es producto de "una lucha persistente por encontrar la justicia"

"Esta resolución es histórica porque no puede existir democracia en El Salvador si no existe justicia", dijo.

Los tres jueces de la Cámara sostienen que "no comparten el criterio manifestado por el Juez a quo, en su sentencia definitiva, el cual llevó a resolver a McDonald's de la indemnización de daños y perjuicios por los daños causados a consecuencia de la terminación unilateral e injustificada imputable a la corporación, por lo que es procedente reformar la sentencia definitiva recurrida y pronunciar la que en derecho corresponde".

Apegarse a la ley

Algunos diputados de la Asamblea Legislativa concuerdan en que si bien deben leer a profundidad la resolución, la respetan.

Rodolfo Parker, jefe de fracción del PDC, dijo que es importante que las empresas que tienen litigio acudan a las instancias judiciales para resolverlo.

"El sistema judicial tiene varias instancias para llegar a una resolución final. Me parece que está bien que las partes acudan al sistema judicial para resolver sus conflictos", afirmó.

Por su parte, el diputado Dagoberto Marroquín, del PCN, afirmó que "hay que recordar que tenemos una ley de libre competencia".

Por su parte, Norma Quijano, sub jefe de la fracción de ARENA dijo que "habrá que respetar la resolución".

El diputado del FMLN Carlos Castaneda expresó que con este tipo de resoluciones se fomenta el respeto para las partes agraviadas.

"Bienvenido sea este tipo de resoluciones", agregó.

Romero: iremos a la Corte Suprema

"Esto es como un partido de fútbol, donde se va ganando 7a 0 y el contrincante mete un gol", así valora el abogado de McDonald's, Roberto Romero Pineda al referirse al fallo dado por la Cámara Segunda de lo Civil de San Salvador.

El abogado Romero Pineda recordó que el caso tiene más de ocho años y que durante todo este tiempo las diversas instancias de justicia han dado la razón a McDonald's.

"Esta es una piedra en el camino, pero la revertiremos pronto" dijo el abogado quien



Abogado. Él profesional recurrirá al máximo tribunal. Foto: EDH

además calificó el fallo de "infortunado", no solo porque avala lo actuado por Servipronto sino porque "es un mal mensaje para los inversionistas extranjeros que siempre buscan seguridad jurídica"

"Es lamentable que a menos de un mes que entre en vigencia el CAFTA, se dicte una sentencia inconsistente que viola flagrantemente los derechos de la propiedad intelectual de McDonald's", dijo Romero Pineda.

Con la nueva resolución, la batalla de Servipronto contra la transnacional continúa y se espera, tal como lo prevé Romero Pineda, que la batalla definitiva se dé en la Corte Suprema de Justicia cuando se resuelva el recurso de casación.

3.2.4. Información retomada de Internet

UNIVISION ONLINE/AFP
12 DE DICIEMBRE DE 2005

McDonald's sufrió derrota en El Salvador

Tribunal le ordenó pagar \$23.9 millones

San Salvador. - Un tribunal civil de El Salvador condenó el jueves a la cadena estadounidense McDonald's a pagar 23.9 millones de dólares por daños y perjuicios al empresario salvadoreño Roberto Bukele, por haberle retirado unilateralmente la explotación de la marca en el país en 1996.

Fallo por daños y perjuicios

"Declarase la existencia de daños ocasionados a la sociedad Servipronto de El Salvador (propiedad de Bukele) a consecuencia de la terminación unilateral del contrato de franquicia", señaló la Cámara Segunda de lo Civil de San Salvador en una parte de su resolución que fue leída a la Agence France Presse por Bukele.

"Ordénase a McDonald's Corporation a pagar a la sociedad Servipronto de El Salvador la cantidad de 23,977,490 dólares en concepto de indemnización por los daños y perjuicios ocasionados a esta última a raíz de la terminación unilateral del contrato de franquicia suscrita entre ambas sociedades", agregó la resolución judicial.

"Este es un triunfo para mí y para toda la sociedad salvadoreña que siempre confió en Servipronto de El Salvador pues con esto además de hacerse justicia se está sentando un precedente pues la verdad tarda pero llega porque nosotros siempre



Un tribunal de El Salvador condenó a McDonald's a pagar \$23.9 millones por daños y perjuicios a un empresario salvadoreño.

sostuvimos que el retiro de la franquicia fue ilegal y destruyó mi empresa", agregó Bukele a la *Agence France Presse*.

El empresario salvadoreño aseguró que él explotaba la franquicia de la cadena de hamburguesas McDonald's en el país desde el 14 de julio de 1972, pero la misma le fue retirada, unilateralmente, por la transnacional estadounidense desde julio de 1996.

En esa oportunidad, McDonald's retiró la franquicia a Servipronto de El Salvador argumentando que los procesos de calidad no eran los adecuados y que ello afectaba a la marca, además de que los restaurantes no cumplían los estándares que la compañía exige.

En su resolución, el tribunal salvadoreño también ordenó a McDonald's la renovación del contrato de franquicia a Bukele para que explote la marca en el país hasta el año 2016.

De momento, McDonald's mantiene abiertos en El Salvador una media docena de restaurantes cuya franquicia otorgó a otro grupo empresarial salvadoreño, que hasta el momento no ha reaccionado ante la resolución judicial dada a favor de Bukele.

McDonald's: ventas mundiales en alza

Por otro lado se informó el jueves, que el número uno mundial de la comida rápida, la cadena estadounidense de restaurantes McDonald's, en noviembre aumentó sus ventas en el mundo 4.0 por ciento con relación al mismo mes del año pasado en las tiendas abiertas desde hace más de un año, a pesar de un pobre desempeño en Europa.

En el viejo continente, las ventas están casi estables (+0.1 por ciento). Ese resultado

es atribuido a los mercados alemanes y británicos, que esconden una fuerte actividad en Rusia, según el grupo.

En Estados Unidos, las ventas aumentaron 4.8 por ciento, y el resto del mundo registra un crecimiento de las ventas de 7.1 por ciento.

En los 11 primeros meses del año, las ventas mundiales registraron una progresión de 3.8 por ciento con relación al mismo período del año anterior.

"Este es un triunfo para mí y para toda la sociedad salvadoreña que siempre confió en Servipronto de El Salvador pues con esto además de hacerse justicia se está sentando un precedente", agregó Bukele.

CAPITULO IV

4.1. Análisis de la información

Basado en el Objetivo General de la investigación: Si el caso Jurídico McDonald's / Servipronto afectara el sistema de franquicias de El Salvador, se puede concluir, que directamente no lo afecta en ninguna de sus bases legales, que las leyes y reglamentos que están definidas como los instrumentos de referencias están solidamente respaldados, y generan la confianza para los Inversionistas y Empresarios. Pero de manera Indirecta se pudieran derivar algunas reacciones que provocaran mas atención entre los contratantes, para que afinen sus pactos y los dejen mas claros en sus cláusulas de entendimiento, así como las referencias arbitrales que le den un nuevo giro al futuro de los diferendos en la relación entre franquiciador y franquiciado.

Uno de los Objetivos Especificos era, analizar la actuación de las Autoridades constituidas con respecto a la situación de la problemática presentada (Ministerio de Economía, Ministerio de Comercio, Sistema Judicial, representaciones diplomáticas y comerciales, etc.). Siendo El Salvador un país con definición de apoyo a la Libre Empresa y desarrollo comercial como fuentes primarias y base de la economía del país, centra su atención y participación en este diferendo entre estas Empresas, con el aporte de información requerida por las autoridades pertinentes actuando como ente judicial. En El Salvador la rama de Comercio Exterior forma parte del Ministerio de Economía, de tal forma que, los inversionistas extranjeros inician su gestión vía el Ministerio de Relaciones Exteriores (cancillería), y verifica el sistema legal y empresarial salvadoreño (garantías de inversión); El caso McDonalds y Servipronto puso a prueba las instancias gubernamentales y permitió verificar la transparencia del actuar del sistema judicial salvadoreño. La representación Diplomática de los Estados Unidos en El salvador hizo uso del recurso bilateral comercial y mostró su interés en la solución del diferendo, pero también mostró

respeto a la actuación del sistema judicial salvadoreño, al momento de esta investigación, no se conoce de alguna solicitud de cambio significativo y relevante al sistema judicial.

El sistema de franquicias Salvadoreño no será afectado por los resultados de este juicio entre ambas empresas.

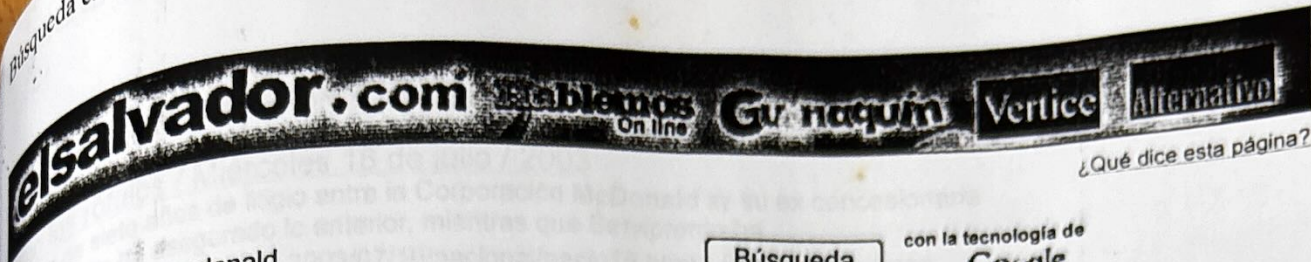
De acuerdo a toda la investigación a lo largo del análisis de este caso, nacen inquietudes "técnicas" de los inversionistas, y digo técnicas por que estas inquietudes alimentan el animo de mejorar las condiciones directas y que deben ser reflejadas como tal en los contratos, de tal forma que ambos actores reciban sus beneficios proyectados y que estén respaldados por el sistema jurídico.

4.2. Recomendación

Si de alguna manera hubiese la oportunidad de hacer alguna sugerencia al tema del diferendo McDonalds y Servipronto es el siguiente: Que se cree una Superintendencia de Franquicias, conformada por un cuerpo especializado en la materia de legislación de franquicias, y que tenga como objetivo primario, instituir un ente regulador que sea vigilante y garantice el cumplimiento legal de las partes contratantes y además sea un ente de mediación con poder de sentencia.

Bibliografía

- Ley de Franquicias de El Salvador
 - Hemeroteca de El Diario de Hoy www.elsalvador.com
 - Noticiero Univision www.univision.com
 - www.monografia.com
 - www.revistaprobidad.info
- . Anexo soportes de la investigación .



mcdonald

Búsqueda

con la tecnología de Google

- ☐ Búsqueda en WWW ☒ Búsqueda en www.elsalvador.com
☐ Búsqueda en www.guanaquin.com

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 59 de mcdonald en el dominio www.elsalvador.com. (0.11)

con la tecnología de Google

PNC vigilará el retiro de rótulos de McDonald's / Miércoles 9 de ...

El Salvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de entrada.
[www.elsalvador.com/noticias/ 2003/07/09/negocios/negoc1.html](http://www.elsalvador.com/noticias/2003/07/09/negocios/negoc1.html) - Páginas similares

El Salvador.com / Vida

Semanalmente el personaje Ronald McDonald visita los centros escolares participantes,
Según la señora Ana Gloria de Cristales, de McDonald's, ...
www.elsalvador.com/noticias/2002/4/1/vida/ - Páginas similares

Corte rechaza la apelación de Servipronto / Miércoles 16 de julio ...

El litigio se inició cuando McDonald's se negó a renovar los contratos con ...
El dueño de la ex concesionaria de McDonald's también lanzó ayer una fuerte ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2003/07/17/nacional/nacio9.html](http://www.elsalvador.com/noticias/2003/07/17/nacional/nacio9.html) - Páginas similares

Cae un coyote después de un viaje mortal y una delación familiar ...

¿Por qué? le preguntó un adjunto al fiscal, Greg McDonald. A Rojas se le quebró
la voz. ... McDonald le preguntó si pudo salir. "No", dijo el muchacho. ...
[www.elsalvador.com/elsalvador/ enelmundo/2004/mundo222.asp](http://www.elsalvador.com/elsalvador/enelmundo/2004/mundo222.asp) - Páginas similares

El Salvador.com / Portada

PNC vigilará el retiro de rótulos de McDonald's La Policía Nacional Civil (PNC)
debe intervenir en el retiro de los rótulos de McDonald's de los ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/09/ - Páginas similares

Eduardo Tenorio: "Hay demonios que vencer" "Hay demonios que vencer"

Lo que pasa es que son muchos procesos, como el de McDonald'sy la firma salvadoreña
que es su contraparte, por eso es que aparentemente se ha tardado tanto. ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2003/05/05/nacional/nacio2.html](http://www.elsalvador.com/noticias/2003/05/05/nacional/nacio2.html) - Páginas similares

Archivo de Noticias - 2005 - El Diario de Hoy en elsalvador.com

McDonald's apela a Corte Suprema. Jueves 8 de diciembre Sindicatos paran ocho
hospitales. Miércoles 7 de diciembre Asesinan a líder de robafurgones ...
www.elsalvador.com/noticias/archivo/index2005.asp - 23 Ene 2006 - Páginas similares

El Salvador.com / Portada

Un segundo amparo que trataba de parar la sentencia para quitar los distintivos
de McDonald's fue rechazado el martes. Examinan entrevista con Schafik ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/17/ - Páginas similares

El Salvador.com / Portada

Firme el fallo en caso McDonald's El fallo que emitió la Sala de lo Civil de la

Corte en lo referente al litigio mercantil por el uso ilegal de distintivos ...
www.elsalvador.com/noticias/2002/7/18/ - Páginas similares

Abajo los rótulos / Miércoles 16 de julio / 2003
Después de siete años de litigio entre la Corporación McDonald's y su ex concesionaria
McDonald's ha asegurado lo anterior, mientras que Servipronto ha ...
www.elsalvador.com/noticias/ 2003/07/16/nacional/nacio15.html - Páginas similares

Página de resultados: 1 2 3 4 5 6 **Siguiente**

mcdonald

Búsqueda

Restringir la búsqueda a los resultados | Sugerencias de búsqueda

©2006 Google

Inicio » Guía Legal » Su empresa

Las franquicias

¿Qué es una franquicia?

Es una **actividad comercial** que se realiza en virtud de un acuerdo o **contrato** por el que una empresa (franquiciadora) concede a otra (franquiciada) una licencia o derecho a utilizar su nombre, su marca, sus productos, servicios o procedimientos, a cambio de una **contraprestación económica**.

El franquiciado es **propietario** de su negocio pero se adhiere a una cadena comercial de la que depende, sometiéndose al modo de organizar el negocio dado por el franquiciador.

Con carácter previo, convendrá recabar el asesoramiento jurídico de un abogado antes de redactar o firmar cualquier acuerdo de franquicia.

Los conceptos

En el contrato de franquicia suelen incluirse los siguientes **términos**:

- El **derecho de franquicia**, canon o derecho de entrada: Es una cantidad fija que el franquiciador exige al franquiciado para poder entrar a formar parte de la cadena. Es aconsejable que esta cantidad no sobrepase el 10% de la inversión total.
- El **canon de explotación**: Es la cantidad periódica que el franquiciado tendrá que pagar una vez que el negocio esté en marcha, y mientras dure su vigencia. El porcentaje suele oscilar entre el 2 y el 6 % de la facturación. En ocasiones, la empresa exige unas **ventas mínimas**, que en caso que no cumplirse conducen a la **rescisión** del contrato.
- El **derecho o canon de publicidad**: Es un pago anual que el franquiciado debe abonar en concepto de gastos de publicidad. Normalmente suele ser inferior al 3% de las ventas. Es aconsejable que el interesado en celebrar un contrato de franquicia se asegure de que esta suma es destinada a publicidad y no se convierte en otro canon de explotación encubierto.



Índice

- Las formas adoptar su
- ¿Qué son la irregulares?
- ¿Cómo se c sociedad m
- El alquiler d negocio
- La letra de y el pagará
- El 'leasing'
- **Las franqu**

Atención al cl

lun-vie 9
Teléfonos y
Quién

Boletín gratui

Consejos prác
cada 15 días

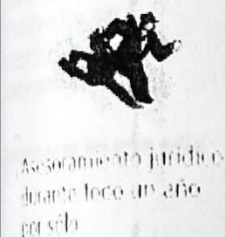
Introduzca :

Baja

Números

Bitácora legal

- » IVA de Inte
- » Las editoria víctimas del p
- » El asesinato responsabilidad
- » Fraudes ing publicidad dig
- » Bienvenido
- » Extraños pa
- » iAbogado.cc Emprendedor
- » La Justicia a imagen
- » La ley antit:



Asesoramiento jurídico durante todo un año por sólo

contratelo ahora en iAbogado.com

» Tarifa Plana Legal

Consultas legales

- » tel. 807 543 603
- » por teléfono, 15€
- » por chat privado, 15€
- » por e-mail, 30€
- » en despacho, 35€

Publicidad

Anuncios Goo0000ogle

Negocio serio desde casa
\$ 5000 dolares mensuales Web - Entrenamientos - Licencias
www.liberty-and-travel.net

Gasolina Gratis
Instale ahorrador de combustible
Canadiense resultados garantizados
www.cleanenergy.com.m.

Dolor de espalda?
Le duelen las rodillas?
DOLONAT - su solución natural!
www.wegerichnat.com

Franquicias Disfruta
Zumos Naturales. Smoothies
Concepto innovador en restauración
www.distruta.es

Anunciarse en este sitio

La duración de la franquicia

El contrato de franquicia tiene la **duración** que en cada caso acuerden las partes, destacando que no son aconsejables los plazos cortos porque no permiten recuperar la inversión realizada.

Es una **práctica abusiva** cuando, una vez finalizado el periodo de duración del contrato, el franquiciador le exige un nuevo canon de entrada al franquiciado que desea renovar.

La marca

El franquiciado, a través del contrato de franquicia, compra el valor comercial de una marca, por lo que puede solicitar que, de encontrarse dicha marca registrada, la Oficina Española de Patentes y Marcas le expida el **certificado** correspondiente.

Los conflictos

En caso de que exista algún conflicto entre las partes, existen dos **posibilidades** para resolverlo: El arbitraje, un sistema rápido aunque muy caro, y los Tribunales de Justicia.

Sin embargo, la mejor manera de evitarlos será, como siempre, la aplicación del 'Derecho preventivo', con un buen asesoramiento profesional por parte de un abogado antes de la firma del contrato de franquicia.

Consulte en directo a un abogado sobre esto

» **CONSULTAR**

Contrate a un abogado especializado en esto

» **CONTRATAR**

Nota: Queda autorizada la reproducción total o parcial de este texto, a condición de que se cite la fuente y se incorpore un enlace a www.iAbogado.com. Consulte nuestro programa de afiliación.

de los 101 Me
» ¿Se puede r
Papa?
» **Más artícu**

Webs afiliada
Rentabilice su
insertando pu
iAbogado.com
Solicite gratui
como afiliado

Inicio | Guía | Servicios | Consultas | Despachos | Afiliados | Bitácora | Boletín | Contacto
Mapa del sitio | Condiciones de uso | Privacidad | Programación: Margen
© iAbogado Servicios Jurídicos, SL - Calle Juan Hurtado de Mendoza, 9, Madrid (España, UE)



Primera Edición 2003

idCAPITULO=09070000

1/28/2006

Buscar en Internet

Terra > Mujer > Tu cuerpo



Sólo da di

Tu cuerpo

Comer comida chatarra provoca obesidad

página 1 »

Comer comida chatarra provoca obesidad

Además incrementa la posibilidad en el afectado de desarrollar diabetes.

AP.-Un nuevo estudio reveló que el comer muchas golosinas y patatas fritas, lo que se conoce genéricamente como "comida chatarra", provoca obesidad e incrementa la posibilidad en el afectado de desarrollar diabetes.

Un estudio publicado esta semana en la revista médica Lancet halló que los que consumen esos alimentos frecuentemente engordan alrededor de 4.5 kilos más que aquellos que lo hacen ocasionalmente, y tienen el doble de probabilidades de desarrollar un desorden de insulina relacionado con la diabetes.

"Bien es sabido que la comida chatarra tiene poca calidad nutricional", dijo el médico David Ludwig, director del programa de obesidad en el Hospital de Niños de Boston y el principal autor del estudio.

"Pero son pocos los estudios a largo plazo que documenten los efectos de esta dieta en las enfermedades crónicas de la civilización occidental, obesidad, diabetes tipo 2 y males cardíacos".

"Ante la falta de estos datos, la industria de la comida chatarra continúa señalando que sus productos pueden incluirse en una dieta sana", dijo.

El equipo de Ludwig estudió a 3.000 jóvenes durante 15 años, con controles médicos frecuentes y preguntas sobre sus dietas, actividades físicas y otras cuestiones de su estilo de vida.

Arne Astrup, un experto de obesidad en la Universidad de Agricultura y Veterinaria en Copenhague, Dinamarca, dijo que el estudio era el primero en analizar a largo plazo la relación entre la consumición de comida rápida y la diabetes.

El doctor Rudolph Leibel, un experto en obesidad de la Universidad de Columbia en Nueva York, dijo que si bien el estudio tiene conclusiones sólidas, es importante que no se vilipendie la comida rápida.

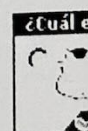
Los restaurantes que ofrecen esta comida, dijo, están respondiendo a las necesidades de la sociedad, a familias cuyos padres trabajan y no tienen tiempo para cocinarse.

Los restaurantes ofrecen servicio rápido y barato, dijo Leibel, quien argumentó que la polémica en sí es la calidad y efectos en la salud de sus productos.



Otros Art

- » El rec esta l
- » Las c inevit
- » Los m acces
- » En co solo s
- » Bailar peligr
- » Maqu días c
- » Ponte las fie
- » ¿Eres comp
- » Alerta medi
- » Ritua el Año
- » Aprue basac



Califica

¿Recomi Artículo lectores

[1] [2]

y gana con nuestra trivía!

FRANQUICIA

Franquiciar es una estrategia de mercado para obtener un segmento de mercado desproporcionadamente grande. Se estima que cerca del 12% de todos los negocios en Estados Unidos son franquiciados, sin embargo, sus ventas suman el 43% de las ventas totales en el país – ¡casi cuatro veces! Existe mas de una razón por la que los franquiciatarios logran apoderarse de un segmento de mercado mayor: En general, es porque los franquiciantes ofrecen:

Experiencia:

Las franquicias son negocios que ya cuentan con unidades operando exitosamente. Esto significa que usted puede evitar costosos errores al inicio de sus operaciones.

Entrenamiento: Se le enseñará todo lo que necesita saber para comenzar a operar el negocio.

Apoyo:

Tendrá la ventaja de contar con estudios adelantados sobre dirección, mercadeo, estrategia de ventas y desarrollo para estar siempre actualizado con las cambiantes condiciones del mercado.

Reconocimiento de

Marca:

Las marcas atraen mas clientes al negocio y proveen una ventaja competitiva que negocios independientes no tienen.

Publicidad:

Publicidad profesionalmente preparada y bien probada puede darle una amplia ventaja en un mercado altamente competitivo. Campañas publicitarias conjuntas con la compañía franquiciante y con otros franquiciatarios le pueden brindar exposición nacional con una inversión bastante menor que al hacerlo usted solo.

Selección del Lugar: Recibirá asesoría al seleccionar un sitio y al adecuar su interior para optimizar el uso de los espacios de una manera muy eficiente.

Rapidez y Eficiencia:

El franquiciante le ahorrará tiempo en el arranque del negocio de tal forma que usted pueda comenzar a trabajar con clientes y compradores de manera inmediata, en vez de tratar de solucionar problemas imprevistos.

Simpleza:

Los Franquiciantes tratarán de mantener su negocio tan simple como sea posible de manera que usted pueda concentrarse en las actividades que le darán mas dinero.

Amistad:

Porque las franquicias tienden a atraer ciertos tipos de inversionistas con personalidades y estilos de hacer negocios muy similares, encontrará a mucha gente acorde a su manera de pensar en el grupo. Podrá usted hacer nuevos contactos que pudieran derivar en una amistad que podría durar para toda la vida.

ENCONTRAR EL NEGOCIO ADECUADO – EXISTEN BASTANTES OPCIONES

¡Hay mas que franquiciar aparte de hamburguesas o helados! Existen mas de 90 categorías de negocios de franquicias con más de 5,000 opciones de donde elegir.

- Servicios Educativos
- Servicios de Empleo
- Hoteles/Moteles
- Anuncios Publicitarios
- Impresión
- Paquetería
- Servicios y productos fotográficos
- Purificado y Filtración de agua
- Reparación y mantenimiento de casas y departamentos

- Casas
- Comida saludable
- Jugos de frutas frescas y bebidas vegetales
- Producción y venta de productos alimenticios en pequeña escala:
 - Pan y Galletas
 - Helados
 - Dulces y Chocolates

- bronceado
- Gimnasios
- Cuidado de personas mayores
- Cuidado de niños
- Ventas al menudeo de productos para el hogar
- Decoración de interiores
- Productos y servicios veterinarios

Como regla general, no existe prácticamente un sector de negocios que no ofrezca una franquicia. Con esta abundancia de opciones, su consultor de FranNet puede explicarle los pros y contras de cada tipo de franquicia y ayudarle a identificar aquellas que se acoplen a sus necesidades.

¿ESTA PREPARADO PARA HACERLO? ANTES DE INVERTIR SU TIEMPO Y DINERO EN UNA FRANQUICIA, ASEGURESE DE QUE PUEDE USTED DECIR SI A ESTAS PREGUNTAS:

¿Estoy dispuesto a asumir la responsabilidad de manejar mi propia compañía? Aún cuando los franquiciantes proporcionan capacitación y apoyo continuo, son los franquiciatarios quienes manejan su propio negocio. Esto puede significar largas horas de arduo trabajo. Y usted debe de estar dispuesto a ejecutar un amplio rango de actividades dependiendo del tipo de franquicia que seleccione.

¿Disfrutaré la franquicia? En lugar de solo mirar una lista de franquicias, primero determine sus preferencias e intereses por un negocio. Posteriormente, busque la franquicia que se adecue a su criterio. Solo después de eso comprometa su energía y su dinero con la franquicia.

¿Estoy dispuesto a apegarme a los sistemas de un franquiciante? Está usted invirtiendo en una franquicia para aprender el negocio, y le está prometiendo a sus clientes que pueden esperar de su negocio los mismos estándares de alta calidad de cualquier otra unidad en ese sistema. ¿Está usted dispuesto a seguir los procedimientos? Si no lo está, no invierta en un sistema que no utilizará - considere mejor comenzar un negocio independiente.

¿Soy bueno para interactuar con las personas? Su éxito depende de su habilidad para relacionarse con el franquiciante, otros franquiciatarios, clientes y empleados. ¡Asegúrese de que sabrá como hacerlo!

¿Puedo asumir los costos de la franquicia? Gracias a ciertas regulaciones en los Estados Unidos, usted tendrá una idea acertada de los costos de arranque. También necesitará dinero suficiente para operar el negocio y cubrir sus gastos de manutención hasta que éste pueda brindarle utilidades. Franquisiatarios

Franquicias

En Buscador Web : Comercio, Industria y Negocios



categorías

artículos web



Chicha Croquer
 Franquicia de chicha, bebida tradicional venezolana. Información y contacto.
 Dirección: <http://www.croquer.com/croquer/chicha/informacion.htm>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Chipi's Burger
 Cadena de restaurantes venezolana de comida rápida: Hamburguesas, sandwichs, ensaladas, bebidas y postres. Posibilidades de franquicia.
 Dirección: <http://www.chipis.com>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Cinnamon City
 Empresa venezolana de restaurantes especializados en los rolls de canela, rolls salados, twist y cremas.
 Dirección: <http://www.cinnamoncity.com>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Croquer Mex & Sushi
 Franquicia. Cadena de comida rápida. Información y contacto.
 Dirección: <http://www.croquer.com/croquer/mexsushi>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Fastcomm Global Corp. - Franquicias NEVOX
 Franquicias de Centros de Navegación y de Telefonía IP de Larga Distancia Internacional con descuentos de hasta 60% de su precio normal. Otras franquicias.
 Dirección: <http://nevox.internetven.com>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

FastComm Global Corp. de Venezuela, C.A.
 Franquicias de Centros de Telefonía y navegación por Internet: Servicios de copiado, encuadernación, plastificación, oficina virtual y mucho más.
 Dirección: <http://mesnet.internetven.com>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Franquicia Directa
 Directorio de Franquicias. Venta, asesoría y servicios.
 Dirección: <http://www.franquiciadirecta.com>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Hot Dog City
 Franquicia de comida rápida especializada en la venta de hot dogs. Información de contacto.
 Dirección: <http://www.expage.com/hotdogcity>
 Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Anuncios G

Tintorería
 Lavandería
 Buscador
 especializ
 sector We
 Foros de
 Español
www.tintoreria.com

Gasolina
 Instale ah
 de combu
 Canadien
 resultado:
 garantizar
www.cleane.com

Desarroll
 Franquic
 Consultor
 Expertos
 Desarrollo
 Franquici
 México
www.gea.com

Dolor de
 Le duelen
 rodillas?
 DOLONA
 solución r
www.weger.com

Anunciarse

1/28/2006

Nutsmania 
Nueces caramelizadas. Cadena de tiendas por franquicia. Información, promociones y contacto.
Dirección: <http://www.nutsmania.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Office Shop 
Franquicia que ofrece servicios de papelería, centro de copiado, encuadernación, plastificación, envío de paquetes, clasificados y más.
Dirección: <http://www.officeshop.com.ve>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Quick-Press Tintorerías Ecológicas 
Tintorerías y lavanderas. Información general sobre la compañía, servicios ofrecidos y del otorgamiento de franquicias.
Dirección: <http://www.quickpress.com.ve>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Software Unlimited Stores 
Empresa venezolana que ofrece venta de software original con licencia. Ofrece oportunidades de franquicia en Venezuela y tienda virtual.
Dirección: <http://expage.com/page/tiendaonline>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Taximagen 
Venta de franquicias para taxis y transporte comercial. Publicidad móvil.
Dirección: <http://www.taximagen.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

The Coconut Franchise, C.A. 
Franquicia de venta de agua de coco.
Dirección: <http://www.thecoconutfranchise.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

American Chicken
Pollo a la broaster, un buen gusto. Cadena de comida rápida. Oferta de franquicias, información y contacto.
Dirección: <http://www.americanchicken.net>

Cinnarolls
Franquicia de los conocidos dulces de canela.
Dirección: <http://www.cinnarolls.com>

Coco Express de Venezuela
Venta del agua del coco. Franquicia brasileña con representación en Venezuela. Refresque su inversión con agua de coco.
Dirección: <http://www.cocoexpress.com.ve>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Comercializadora 2063 CA - Internacional de Franquicias
Franquicias. Representación y venta.
Dirección: <http://www.internacionaldefranquicias.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Dog and Ball
Perros calientes en línea. Franquicia de comida rápida. Información y contacto.

Dirección: <http://www.dogandball.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Don Churro

Franquicia de comida rápida especializada en churros. Información y contacto.
Dirección: <http://www.donchurrofranquicia.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Financiamiento Internacional en Estados Unidos

Financiamiento Internacional para compañías de países en desarrollo con bajos intereses.
Dirección: <http://www.exportfinancing.com/spanish.html>

Front Consulting

Consultores especializados en franquicias y asesores inmobiliarios.
Dirección: <http://www.frontconsulting.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Herbalife: trabaje desde su casa con Internet.

Distribución independiente de productos Herbalife, para tener su propio negocio, desde su casa.
Dirección: <http://success.herbalife.com/lookgood>

Juan Chichero

Chicha venezolana. Franquicia criolla de carritos de chicha. Información, puntos de venta y contacto.
Dirección: <http://www.juanchicheros.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

La Dieta

Página promocional venezolana de sistema de reducción de peso en forma sana. Garantizada rebaja de ocho kilos los dos primeros meses. Oportunidad de negocio vendiendo el producto. Lista de demostración gratis para los 7 primeros días.
Dirección: <http://ladieta.cjb.net>

La Maison de L'Entrecôte French Grill

Franquicia de restaurantes Gastronomía francesa. Información, servicios y contacto.
Dirección: <http://www.lentrecote.com>

MesNet Telephony & Internet Centers

Centro comunicacional que le brinda la oportunidad de construir su establecimiento o negocio con las mismas condiciones que cualquier "reseller".
Dirección: <http://expage.com/mesnetip>

Oportunidad de Trabajo Independiente

Página promocional argentina de productos Herbalife. Empresario independiente a nivel mundial. Marketing de multinivel.
Dirección: <http://www.advance.com.ar/usuarios/hardin>

OXXO Tintorería

Información general sobre la oportunidad de adquirir una franquicia a precio único.
Dirección: <http://www.oxxo.net>

Paraguaná: zona libre de investigación turística y comercial

Página promocional de la inversión en la zona de Paraguaná, Venezuela.
Dirección: <http://www.expage.com/page/paraguanazonalibre>

Promozulia

Organización venezolana que agrupa a empresarios y profesionales, dirigida a promocionar la inversión en el Estado Zulia. Ofrece asistencia y orientación al inversionista nacional y extranjero.
Dirección: <http://www.promozulia.org.ve>

Qué Chicha

Franquicia venezolana. Optimización y desarrollo del negocio de la Chicha. Información, esquema de negocio y contacto.
Dirección: <http://www.quechicha.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Rolitec

Un mundo de rodamientos y productos afines, ubicados en 17 oficinas en todo el territorio nacional. Franquicias disponibles.
Dirección: <http://www.rolitec.com>

Sabrochicha

Sabrochicha, franquicia venezolana. Información, servicios y contacto.
Dirección: <http://www.sabrochicha.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Sólo Franquicias

El portal de las franquicias. Información, directorio de franquicias, estadísticas, tips, enlaces, eventos, cursos y talleres.
Dirección: <http://www.solofranquicias.com>
Buscar en www.PaginasAmarillas.com.ve

Regresar a: [InfoGuíaWeb \(Buscador web\)](#) | [PaginasAmarillas.com.ve](#) | [La Cadena Global.com](#)

(C) Copyright 1997-2003 Grupo InfoGuíaNet. Todos los derechos reservados.

La corrupción: sus tan variados matices, formas y colores... (ó la historia no contada de McDonald's Corporación en El Salvador)

Alejandro Gómez
Consultor Hotelero
alexgo@es.com.sv

La Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) impulsó la Convención sobre la Lucha Contra la Corrupción de Agentes Públicos Extranjeros en las Transacciones Comerciales Internacionales definió la práctica más conocida de corrupción, el soborno, como el dinero que se ofrece al funcionario para que "actúe ó se abstenga de actuar en relación con el ejercicio de funciones oficiales con el fin de conseguir ó de conservar un contrato ú otro beneficio irregular en la realización de actividades económicas internacionales". Es práctica conocida en Europa que los empresarios deducían de sus impuestos, las coimas que pagaban a funcionarios públicos de otros países extranjeros, así como "los pagos de facilitamiento" eran permitidos por la legislación norteamericana. El pago por "servicios" de este tipo es "tan añejo como el mismo sistema capitalista, tan añejo y efectivo que podría ser considerado una de sus políticas fundamentales", según lo describe Carlos Sortino, profesor y Docente Universitario Argentino en el último número de Probidad (SOBORNO: LA TRAMA PUBLICA).

La Corrupción existe en casi cada sistema, país y época, como otros articulistas reportan en diferentes sitios y particularmente en "www.mcspotlight.org". La corrupción no es solo el soborno de un funcionario público para otorgar favores al corruptor, como la conocemos tradicionalmente, hay otras formas de corrupción que responden al pago de favores ó busca de simpatías de personas que integran "círculos de poder" en el medio empresarial y político del país. Este es uno de esos casos...

HABIA UNA VEZ EN EL SALVADOR.... Así empieza esta historia, un cuento sin un final feliz y ejemplo claro de las tantas formas como a toda costa, sobre Leyes y voluntades, se desenvuelven las transnacionales en nuestros países latinoamericanos....

Todos conocemos la marca McDonald's, los arcos dorados y la historia de una de las franquicias más grandes del mundo. Fundada por el legendario Ray Krock, quien compró el sistema a los hermanos McDonald's, quienes operaban un restaurante de hamburguesas en San Bernardino, California. En 1972 Servipronto de El Salvador inició operaciones después de haber adquirido los derechos de franquicia inicialmente con Puerto Rico Franchising Co. Siendo el quinto franquiciatario a nivel internacional que se aventuraba con la franquicia, así, Roberto Bukele, un joven Ingeniero Químico graduado en Wisconsin, E.E.U.U. regresó a El Salvador a cumplir con su sueño, venciendo obstáculos desde el escepticismo de los banqueros locales, quienes le negaron el crédito para su proyecto, hasta cambiar los hábitos de comida de la población, acostumbrada al sistema de plato servido a la mesa, característico de la cultura europea que era la que se estilaba aún en esa época. Era un cambio radical, significaba educar al público a hacer cola, a esperar a ser servido y llevar su bandeja a la mesa: el autoservicio ahora tan normal y difundido en todo el mundo era entonces otro obstáculo a vencer, y así se abrió el primer restaurante de comida rápida en San Salvador, pionero en su tipo.

Para 1978 se firmaron los contratos de franquicia por veinte años, para los ya tres restaurantes con la oficina central de McDonald's Corporation en Oakbrook, Illinois, Estados Unidos, bajo supervisión de la oficina de Boca Ratón, Fla. Estados Unidos.

Han pasado muchos años, y al final del camino, ahora es una tortuosa historia llena de trampas, boicots, intriga y abusos, amenazas, violaciones a los contratos y disposiciones legales, etc. que bien vale la pena revisar....

Para 1979, en Octubre 15, un golpe de estado derroca al Presidente en turno, un grupo de Militares jóvenes y algunos civiles integran un nuevo gobierno, este en poco tiempo cambia de integrantes. La situación del país

1/28/2006

había alcanzado tal nivel de efervescencia que el inicio de la guerra civil era ya un hecho. Estas acciones ahuyentaron a las representaciones extranjeras y la marca McDonald's quedó solo bajo responsabilidad de Servipronto de El Salvador. Los movimientos insurgentes ya manejaban un poderío creciente, la guerra civil se desató y por 12 años, hasta la firma de los tratados de Paz, desestabilizó a todo el país.

Durante el periodo tan brevemente descrito pero tan largo y de tanta relevancia en nuestra historia, tuvo un impacto directo en esta historia. McDonald's que como marca norteamericana, los movimientos de izquierda la consideraban como un "bastión de la penetración Yanqui en El Salvador" una marca "imperialista", etc. etc. esto significó, ataques constantes a sus entonces tres restaurantes, estos incluyeron asaltos frecuentes a mano armada, quema de restaurantes y hasta la muerte de dos empleados del restaurante del "Boulevard de Los Héroes" en 1980.

Para 1987 la Corporación McDonald's "recordó" a su franquiciatario en El Salvador, quien en ese momento enfrentaba el poderío del Sistema Judicial, donde poderosos intereses le despojaron de uno de los más importantes restaurantes, la razón: un importante ejecutivo de la Corporación McDonald's (Oppenheimer) con nexos familiares con un importante ejecutivo de una línea aérea nacional (Bloch), quiso aprovechar el momento del conflicto para despojar del derecho de uso de la franquicia al Ing. Roberto Bukele; mientras este luchaba contra la corrupción del Sistema Judicial, donde estuvo involucrado - entre otras autoridades- el entonces Presidente de la Corte Suprema de Justicia, donde las autoridades judiciales emitieron fallo a favor de una conocida familia (Bustamente) y que terminó con un impresionante operativo policial y el lanzamiento del franquiciatario de su local en el Centro Comercial Granada. Este intento de despojarle de la franquicia no prosperó.

Toda esta situación alejó a los Ejecutivos de la Corporación McDonald's de sus obligaciones contractuales y abandonaron a su cliente, el franquiciatario, a su suerte. Cuando en 1992 se firmaron los acuerdos de Paz, el mercado de la comida rápida ya había crecido y florecido en El Salvador, ya había para entonces otras marcas en la plaza, importantes competidores de McDonald's tanto a nivel doméstico, como internacional (Burger King, Wendy's, Pizza Hut) y otras cadenas locales de amplia presencia y participación en el mercado: Biggest y Pollo Campero.

El franquiciatario buscó a McDonald's en Estados Unidos y dada la poca importancia que prestaron a su caso, les amenazó con demandarles por abandono de mercado, daños y perjuicios, por incumplimiento de contrato. Ante este nuevo escenario, los ejecutivos de la Corporación trazaron su estrategia de bajo costo: ofrecieron extensión de los plazos de las franquicias a su vencimiento por veinte años más, crédito por US\$1 Millón para el relanzamiento de los restaurantes y apertura de cuatro más, asistencia técnica para retomar el mercado, nuevas condiciones para las regalías los primeros cinco años y pago del préstamo otorgado en plazos convenientes a partir del año 2000, etc. Esta Carta Contrato fue firmada por el franquiciatario y el mismo James Cantalupo, Presidente de McDonald's Corporación en Abril del '94. Se inició el proceso de modernización y apertura de nuevos restaurantes, cambio de materias primas frescas (papas, carne) por congeladas, y nuevo equipo para procesarlos, etc.

Dadas las condiciones en las que el franquiciatario había pactado sus términos con el mismo Ray Krock, hace más de 28 años ya, la Corporación McDonald's, y las nuevas condiciones que imponía la nueva Carta Contrato, no estaba interesada en honrar los compromisos y mientras hacía arreglos para "dar asistencia" al franquiciatario en su desarrollo de los restaurantes, urdía un plan para eliminar al "molesto" franquiciatario del sistema.

Es importante destacar a este punto, que la Corporación McDonald's ha cambiado su estrategia de negocios alrededor del mundo, antes, cuando los contratos de El Salvador fueron firmados, McDonald's otorgaba la licencia del sistema McDonald's, por un monto fijo de entrada (front fee) y el pago de las regalías al 5% mensual sobre ventas brutas a remesar en sus oficinas regionales en Puerto Rico. La Corporación McDonald's creció y se volvió un "monstruo" impersonal de bienes raíces: ahora la Corporación posee la propiedad, construye y equipa restaurantes para el operador, cobran el "front fee", rentan el inmueble equipado y cobran las regalías (es decir hasta un 18 ~20% de los ingresos brutos, dependiendo de la propiedad y su ubicación, según se describe en "McDonald's enciende los ánimos en Brasil", The Wallstreet Journal Américas, 10b, 10 Octubre 2000, LPG, que refiere al tema del canibalismo que enfrentan los franquiciatarios de Brasil, aduciendo los funcionarios de la Corporación, que los países latinoamericanos somos un "mercado diferente").

Este mismo esquema se intentó con el franquiciatario de El Salvador. El entonces recién nombrado Gerente Regional, antes del mercado español llegó a El Salvador para hacer personalmente la propuesta, comprarían las

la historia... Corporación en El Salvador

propiedades a un precio irrisorio y le "harían un favor" al franquiciatario; este se negó a vender sus propiedades y esta posición aceleró los planes de la Corporación para despojarle de los derechos de uso de la franquicia.

Los planes de "exterminio" comercial del molesto franquiciatario tomaron forma en una serie de acciones en las cuales hubo participación directa de autoridades del la Embajada Americana y el Ministerio Público, así:

- En Abril de 1996, los Abogados de McDonald's presentaron demanda en un Tribunal Mercantil de San Salvador, por competencia desleal, mientras se desarrollaba el proceso de remodelaciones y apertura de nuevos restaurantes según la Carta Contrato de Abril 1994. Esta demanda no progresó y fue abandonada. El caso: el restaurante de Metrocentro, comprado y desarrollado a recomendación del Ejecutivo de McDonald's Fernando Valverde.
- La Corporación McDonald's demandó a Servipronto y su Presidente Roberto Bukele en la Corte Federal del Distrito Norte de Illinois (donde está la sede de la Corporación McDonald's) habiendo perdido esta demanda, como dice el franquiciatario, "en su propia casa", dado que la jurisdicción que señalan los contratos, son las cortes y las Leyes de El Salvador.
- En Agosto de 1996 McDonald's boicoteó con el fabricante el envío del equipo de cocina para un restaurante en proceso de apertura y prohibió a otros proveedores vender a Servipronto de El Salvador.
- En el segundo semestre de 1996, McDonald's publicó anuncio en los principales periódicos ofreciendo la franquicia a nuevos Operadores.
- En Octubre 1996, el Embajador de la Estados Unidos en funciones y encargado de la la oficina de negocios (Christopher Lynch) en El Salvador envió nota al franquiciatario ORDENANDOLE cesar el uso de la marca y distintivos comerciales de McDonald's, según nota enviada a esa representación por James Listak, Vice-Presidente de McDonald's Internacional, violando las más elementales normas de la diplomacia y los principios de no intervención en los asuntos internos de los países, en este caso se trata de un contrato de carácter Mercantil, con jurisdicción bajo las Leyes y Tribunales Salvadoreños.
- En Enero de 1997 el Ministerio Público se prestó al juego. La Fiscalía General de la República abrió requerimiento Penal (¿?) contra el franquiciatario por violación a la recién aprobada Ley de la Propiedad Intelectual en el Juzgado Octavo de lo Penal (hoy de Instrucción), sin que hubiere resolución alguna de un Tribunal Mercantil, sobre la terminación de los Contratos de franquicia. Hubo **sobreseimiento definitivo** hasta dos años después, en Diciembre 04 1998 (¿?) para el Presidente de Servipronto por esta acusación, ya que se pudo probar por un lado la existencia de contratos de franquicia vigentes, y por otro, la incompetencia de ese Tribunal para juzgar sobre causa Mercantil. Posteriormente se supo que esta acción fue para buscar simpatías por los viajes y otros beneficios recibidos por los Funcionarios del Sistema Judicial, a quienes la Embajada de EEUU había patrocinado, para la implementación de la Ley de la Propiedad Intelectual. (Fiscal Góchez ~ Juez Viaud). El caso de nuevo vuelve al ambiente, después que una Cámara resolviera una apelación 20/12/00 a favor de la Corporación McDonald's (¿?).
- En Febrero de 1997 la Corporación McDonald's (José Nieves) anunció en uno de los principales periódicos con dos páginas completas, que retiraría la franquicia a Servipronto por incumplimiento de la calidad (cuando ya se usaban las mismas materias primas compradas a los proveedores aprobados por McDonald's, que se usan en los restaurantes McDonald's en los demás países de la región), causando graves daños a la imagen de Servipronto.
- En Marzo de 1997, ante esta situación Servipronto decidió demandar a la Corporación McDonald's en un Tribunal Mercantil, por incumplimiento de contratos, abandono de mercado y daños y perjuicios, durante el período de 12 años, sin que hubiere cláusula alguna que les eximiere de la responsabilidad de asistencia técnica al franquiciatario por razón alguna, presentando para ello la prueba documental requerida y suficiente.
- En Marzo de 1997 McDonald's envió a una Abogado que se hizo pasar por agente de Bienes Raíces, con la misión de "documentar" los señalamientos sobre la calidad de la carne usada por Servipronto, habiendo

para ello tomado fotografías de un "rastros" municipal de la Ciudad de Soyapango, así como fotografías de un restaurante en proceso de remodelación, para "documentar" el desorden é inconveniencias de higiene y operación. Este trabajo sucio se disfrazó de un viaje "coincidencia casual" con un ejecutivo de la Corporación Legal de la Corporación, James Listak.

- Se conoció que la Corporación McDonald's otorgó franquicia por USD \$45,000.00 a Rodrigo Quiñónez, un joven empresario miembro de la familia Quiñónez Meza, a su vez propietarios de AGRISAL, un consorcio empresarial de conocido poderío en el Salvador, cuyo Presidente es miembro del COENA, el Consejo Ejecutivo del partido de gobierno. Quiñónez inició operaciones con sus nuevos restaurantes en Diciembre de 1998.
- En Agosto de 1997, otro Tribunal Mercantil se prestó al juego, habiendo aceptado demanda y fallado contra Servipronto, ordenando una medida "cautelar" para cubrir las marcas y distintivos comerciales. La Corporación McDonald's a través de sus abogados, contrató "matones" armados con escopetas cal.12 y realizaron un operativo simultáneo en 7 restaurantes intimidando clientes y empleados é incluso golpeando a algunos de los Jefes, ante la mirada pasiva de la Policía Nacional Civil, quienes se prestaron y permitieron el atropello. Esta acción fue denunciada ante las autoridades por las múltiples violaciones cometidas durante los operativos (intimidación, presencia de personal armado ajeno a la Policía, **ausencia de representantes del Tribunal que dictó la medida**, presencia de personal extranjero - ciudadanos Norteamericanos/ Puerto Rico, algunos identificados como miembros de la seguridad de la Embajada Americana- ejecutando la medida), sin que las autoridades (Comisión de Derechos Humanos de la Asamblea Legislativa, Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos) hayan hecho NADA AL RESPECTO, ni investigar siquiera la participación de personal extranjero en una acción Judicial. Esta medida logró uno de los propósitos de la Corporación, más no ha cerrado el caso, durante la proceso se han abierto causas en diferentes tribunales salvadoreños, sin que en ninguno de todos se pida una declaratoria de TERMINACIÓN DE CONTRATOS.
- Dados los intereses en juego, personas y apellidos involucrados, la bancada de ARENA en la Asamblea Legislativa bloqueó las reuniones de la Comisión de Derechos Humanos que estudiaría el caso y finalmente logró archivarlo, burlando así la responsabilidad de investigar la participación de personal de la Embajada de EEUU, y los atropellos cometidos contra los empleados permitidos por la PNC. Las instancias ante quienes se denunció estos hechos no emitieron una resolución ó dictamen, ahogando así la denuncia de los empleados.
- Servipronto denunció el viciado proceso llevado a cabo por el Tribunal Mercantil que dictó la medida de cubrir los rótulos y aportó prueba documental que sirvió para que la Corte Suprema de Justicia, ante la irrefutable evidencia, destituyera al Juez de ese Tribunal (Ernesto Mezquita). La medida sin embargo, aún está vigente (¿?).....
- En Junio de 1998 el Miami Herald envía a Glenn Garvin, Redactor del Staff del periódico, para una investigación y reportaje del caso quien publica un artículo de sus apreciaciones (Junio 25/98, "Big Mac Attack in El Salvador"), señalando que los Ejecutivos de Oakbrook y Puerto Rico se negaron a hablar del caso y negaron la renovación de las franquicias, aunque la Carta Contrato firmada por Cantalupo, a la que Garvin tuvo acceso muestra vigencia hasta el 2014.
- Dada la cantidad de demandas de franquiciatarios insatisfechos que enfrenta McDonald's en su mercado doméstico, Los Angeles Times se interesó en este caso y envió a Juanita Darling para hacer un reportaje de los hechos (Septiembre 19, 1998, "Ex - Licensee Turns Archenemy in Battle With McDonald's") donde destaca la "cruzada" emprendida por el franquiciatario contra McDonald's y es en este reportaje donde Manuel Juárez, vocero de McDonald's para Latinoamérica **acepta la existencia de la Carta Contrato**, negada por los Ejecutivos de Oakbrook y Puerto Rico y los mismos Tribunales salvadoreños (¿?).
- Los diferentes tribunales donde el caso se ha ventilado han hecho caso omiso de esta Carta Contrato, a pesar de haber testimonio y prueba documental suficiente presentada. Estas pruebas incluyen el desarrollo parcial de algunos de sus términos, como el uso de más de USD \$400 mil dólares del crédito otorgado, la asistencia técnica documentada, etc. El no reconocer estos compromisos por parte de las

la historia de la Corporación en El Salvador

autoridades judiciales ha alargado los procesos, esperando (¿?) que el franquiciatario se desespere y se ahogue en el tan competido mercado de la comida rápida al no poder anunciar una marca libremente, como lo hace la competencia, y arrastrar el estigma de la calidad atacado por la Corporación McDonlad's en amplias campañas publicitarias, a lo que se suman los rótulos cubiertos con plástico negro por más de dos años ya, y que como dice el franquiciatario son una vergüenza y una burla para nuestro país.

- Los casos - ahora cinco- de seis abiertos por la Corporación McDonlad's, después de mucho camino recorrido han llegado ya a la Corte Suprema de Justicia, en donde están en fase de Casación y se espera se resuelva apegado a derecho...

De todo lo anterior se puede percibir ó palpar (aunque no probar) los tentáculos del tráfico de influencias, denunciado ampliamente en nuestro Sistema Judicial, donde hay varios juicios abiertos - y aceptados por el Sistema Judicial - por la misma causa, Sistema en el cual desde las llamadas telefónicas del Magistrado Valiente a funcionarios judiciales de 1ª Instancia, según se denunció por otro conocido Magistrado (Orestes Posada) influyen decisiones de los Jueces a favor ó en contra de personas ó empresas, como ha trascendido en los medios, de las cuales este caso parece estar plagado ante la apatía de las autoridades de todo nivel. Al inicio del caso se conoció por el franquiciatario, que los abogados de la Corporación McDonald's habían derrochado mucho dinero en "regalías" a ciertos funcionarios, quienes negaron tal hecho y ante la imposibilidad de probar, las denuncias se extinguen.

En otros países, ante la denuncia de cualquier forma de corrupción ó tráfico de influencias, las autoridades del Ministerio Público DE OFICIO abren investigación y de encontrarse aporta la prueba, dando seguimiento al caso hasta su cierre absolutorio y/o penalización... en nuestro país, el denunciante se expone con su denuncia, al no aportar prueba, a ser demandado por difamación, y en estos sonados casos, el Sistema protege a los victimarios, no a las víctimas, ¿porqué será?.....

El resumen jurídico del caso se publicó en el Diario de Hoy (Junio 1999) y otros periódicos locales, como un llamado a la Comunidad Jurídica del cual se resumen los siguientes puntos:

1. La Corporación McDonald's no ha presentado demanda ante ningún Tribunal, de terminación de Contratos, por plazo ó incumplimiento de cláusulas. No existe por tanto sentencia de Tribunal alguno de terminación de contrato.
2. Los Juicios de competencia desleal, en contra de Servipronto son por tanto improcedentes é ilegales, ya que el uso de marcas y distintivos se hizo con base a la existencia de un Contrato de Franquicia, no existiendo por tanto dolo ni delito.
3. Existe una Carta Contrato que extiende plazos de franquicia hasta el año 2014, la cual los Tribunales Salvadoreños han ignorado ante la negativa de los Ejecutivos de McDonald's de su existencia, a pesar de que se ha presentado la documentación y testimonios respectivos.
4. La Cámara 3ª. de lo Civil resolvió en contra de Servipronto para retirar las cubiertas plásticas de los rótulos de los restaurantes, A PESAR QUE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DESTITUYO AL JUEZ QUE DICTO LA MEDIDA CAUTELAR DE CUBRIRLOS, POR HABERSE DEMOSTRADO LA CORRUPCIÓN EN EL MANEJO DEL JUICIO Y LA IMPROCEDENCIA DEL MISMO POR COMPETENCIA DESLEAL, AL HABERSE PROBADO LA EXISTENCIA DE LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA, que amparan el uso de marcas y distintivos comerciales (¿?).
5. La Juez 4º. de lo Mercantil resolvió en contra de Servipronto, en la demanda interpuesta contra McDonald's por incumplimiento de contrato, abandono de mercado de 1979 a 1994, daños y perjuicios, basando su resolución en las declaraciones de los empleados de la Corporación McDonald's en 1996, aduciendo que Servipronto tenía "mala calidad" (¿?), lo cual NADA TIENE QUE VER CON LA DEMANDA, negándose además a permitir la prueba pericial.

Esta es solo una pequeña parte de la masa de información que este caso ya ocupa en los medios a través de comunicados tanto del franquiciatario, como de los empleados que ven amenazada su fuente de trabajo y que han sido víctimas de los atropellos durante el operativo llevado a cabo por los ejecutivos de la Corporación

McDonald's al cubrir los rótulos.

Las noticias han dado cobertura principalmente a aquellos momentos en donde se desprestigió al licenciario ya que, según explicó un ejecutivo vinculado a los medios, la oferta del paquete de publicidad de la Corporación McDonald's, para el nuevo franquiciario y la recuperación de imagen de la marca, es una tentación para cualquier medio y los medios no se la "juegan" contra ese poder.

Las acciones de la Corporación McDonald's han sido denunciadas ante las autoridades de los Estados Unidos, en base a la **Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero** de 1977 (FCPA por sus siglas en inglés), sin que las autoridades norteamericanas hayan iniciado acciones concretas para la investigación de este caso. Es historia conocida según cita Carlos A. Sortino en Probidad, que "los empresarios norteamericanos no fueron tan perseguidos por corromper a funcionarios extranjeros y, además, encontraban en la FCPA una "escapatoria legal" en su tolerancia ante los pagos de facilitamiento" para la obtención o mantenimiento de los negocios, con el argumento que esos pagos meramente "facilitan" el desenvolvimiento de las tareas que los funcionarios ya están obligados a realizar y que nada tienen que ver con soborno".

En el caso expuesto, queda al lector profano y al jurista, identificar las irregularidades cometidas; y para las autoridades que se precien de sus cargos, pueden iniciar investigación de oficio ya que para eso nos representan en el ejercicio de sus cargos y buscar las evidencias de las irregularidades cometidas, ya que es ellos a quienes compete comprobar los hechos ilícitos, identificar a los autores, determinar sus responsabilidades y juzgar las consecuencias, si no se ha hecho es porque no se ha querido hacer, en un caso que sentará jurisprudencia para el manejo de los contratos de franquicia con las transnacionales que ya han invadido el mercado salvadoreño desde hace varios años..... una historia de David y Goliath, como la describe el franquiciario Ing. Roberto Bukele en sus publicaciones.

Alejandro Gómez Lara es Consultor Hotelero. Estudió Administración Hotelera en St. Paul, Minnesota, U.S.A. en St. Thomas University y en el Technical Vocational Institute. Estudió una especialidad en Alimentos y Bebidas (Preparación y Servicio de Alimentos) en el ITCA, Nueva San Salvador. Experiencia laboral en puestos gerenciales de Hyatt International en Hotel Presidente Hyatt, Sheraton International en Hotel El Salvador Sheraton y Holiday Inn Worldwide con el proyecto del actual Holiday Inn San Salvador, Best Western con el INCALAND en Cuzco, Perú. Actualmente trabaja como Consultor en Administración Hotelera para diferentes empresas.

[Indice]

Revista Probidad
Edición Doce
enero-febrero/2001
contacto@probidad.org.sv



¿Qué dice esta página?

bukele

Búsqueda

con la tecnología de
Google

- ☐ Búsqueda en WWW ☒ Búsqueda en www.elsalvador.com
☐ Búsqueda en www.guanaquin.com

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 52 de bukele en el dominio www.elsalvador.com. (0.13 seg
con la tecnología de
Google

Bukele: "Fuimos la oferta más barata": 20 de julio 2005 ... El ...
 Armando Bukele avala el uso de sus fármacos con pruebas internacionales. ...
 Bukele indicó que, para la licitación de 2004, su oferta era de \$0.44 por cada ...
www.elsalvador.com/noticias/2005/07/20/nacional/nac13.asp - Páginas similares

Bukele no podrá usar rótulos d McDonald's / 4 / 07 / 2003
 ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de entrada.
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/04/nacional/nacio18.html - Páginas similares

Corte rechaza la apelación de Servipronto / Miércoles 16 de julio ...
 Roberto Bukele instó a renunciar al cargo al presidente de la Corte Suprema, ...
 El propietario de Servipronto, Roberto Bukele, pedirá un antejuicio contra ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/17/nacional/nacio9.html - Páginas similares

Incertidumbre por fallo: 9 de Diciembre 2005 ... El Diario de Hoy ...
 Según consta en el Juzgado 3o. de Instrucción de San Salvador, en el oficio 3588,
 Roberto Bukele afronta un proceso judicial por el delito de apropiación o ...
www.elsalvador.com/noticias/2005/12/09/nacional/nac11.asp - Páginas similares

Silencio de oro el ISSS paga millón extra en licitación : 18 de ...
 La jugada legal que favoreció a Bukele. Manufacturas Humberto Bukele e Hijos, SA
 de CV ganó la licitación de Losartán sin que el Consejo Directivo del ...
www.elsalvador.com/noticias/2005/07/18/nacional/nac1.asp - Páginas similares

ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de ...
 El mismo tribunal como el ofendido, Roberto Bukele, pidieron la difusión roja de
 INTERPOL para ubicar a la mujer en la región o en Estados Unidos. ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/04/20/nacional/nacio2.html - Páginas similares

Caso cerrado juzgado exonera a periodistas: 6 de Enero de 2006 ...
 ... Enrique Altamirano y del periodista Laffite Fernández, por lo que cerró el
 proceso por difamación, calumnia e injuria, promovido por Roberto Bukele. ...
www.elsalvador.com/noticias/2006/01/06/nacional/nac15.asp - Páginas similares

Condenan a 16 años a una ex secretaria : 5 de marzo 2005 ... El ...
 La ex asistente del empresario Roberto Bukele fue encontrada culpable de dos cargos
 ... Martínez Burgos fue acusada por Bukele ante la Fiscalía de haberse ...
www.elsalvador.com/noticias/2005/03/05/nacional/nac14.asp - Páginas similares

Fiscalía demanda a Servipronto : 1 de octubre 2005 ... El Diario ...
 Hemos buscado la forma de dialogar con él (Roberto Bukele, propietario de ...



¿Qué dice esta página?

franquicia

Búsqueda

con la tecnología de Google

- ☐ Búsqueda en WWW
- ☒ Búsqueda en www.elsalvador.com
- ☐ Búsqueda en www.guanaquin.com

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 98 de franquicia en el dominio www.elsalvador.com. (0.39

con la tecnología de Google

Dos Princess con bandera Hilton : 12 de enero de 2006 ... El ...
 Por su parte la cadena Princess se interesó en la **franquicia**, ... Para el hotel boutique de Guatemala -que no operará con la **franquicia** debido a que la ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2006/01/12/negocios/neg1.asp](http://www.elsalvador.com/noticias/2006/01/12/negocios/neg1.asp) - Páginas similares

Empresas del país lograrán franquicia /Lunes 25 de agosto / 2003
 ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de entrada.
[www.elsalvador.com/noticias/ 2003/08/25/negocios/negoc9.html](http://www.elsalvador.com/noticias/2003/08/25/negocios/negoc9.html) - Páginas similares

Mc Donald's solicita anular fallo de jueza : 5 de Enero de 2006 ...
 "La intención de ambas partes quedó plasmada en tres únicos contratos de **franquicia**. No se encuentra explicación a la afirmación (de la instancia)", ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2006/01/05/nacional/nac15.asp](http://www.elsalvador.com/noticias/2006/01/05/nacional/nac15.asp) - Páginas similares

ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de ...
 Para conseguirlo, ya negoció la **franquicia** con un asocio estadounidense radicado en ... En el caso de El Salvador, la **franquicia** se extenderá este año, ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2003/2/28/negocios/negoc1.html](http://www.elsalvador.com/noticias/2003/2/28/negocios/negoc1.html) - Páginas similares

Gente - - Sucesos 2005 - elsalvador.com
 Al perder la **franquicia**, González aseguró que, a partir de 2006, "Miss El Salvador tendrá otra orientación". Acontecimientos inolvidables ...
[www.elsalvador.com/especiales/ 2005/sucesos2005/gente/gente1.asp](http://www.elsalvador.com/especiales/2005/sucesos2005/gente/gente1.asp) - Páginas similares

ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de ...
 El FMLN acusó al Presidente Flores de hacer un mal uso de su **franquicia** ... Gerson Martínez, del FMLN, presenta la **franquicia** con la que asegura que el ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2003/03/07/nacional/nacio14.html](http://www.elsalvador.com/noticias/2003/03/07/nacional/nacio14.html) - Páginas similares

elsalvador.com :: 12 de enero 2006
 Los hoteles de Managua y San Pedro Sula, en Nicaragua y Honduras, respectivamente operarán bajo la **franquicia** Hilton Internacional. ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2006/01/12/portada/index.asp](http://www.elsalvador.com/noticias/2006/01/12/portada/index.asp) - Páginas similares

Pollo Tip Top viene a competir : 28 de febrero 2005 ... El Diario ...
 La compañía ha puesto a la venta la **franquicia** en El Salvador, ... El gerente de la **franquicia** de la verdadera compañía nicaragüense aclaró que dicho lugar ...
[www.elsalvador.com/noticias/ 2005/02/28/negocios/neg6.asp](http://www.elsalvador.com/noticias/2005/02/28/negocios/neg6.asp) - Páginas similares

ElSalvador.com / Portada
Franquicia local en EE.UU. El café fino del país es ofrecido a diferentes mercados,

a través de la franquicia "The Coffee Cup". Samuel Quirós, propietario ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/2/28/index.html - [Páginas similares](#)

Elecciones 2004 - ElSalvador.com

El, por el contrario, se ganó la franquicia del miedo. Con ese panorama, era poco
lo que Handal podía ganar entre los electores del país. ...

www.elsalvador.com/especiales/2003/elecciones2004/nota218.html - [Páginas similares](#)

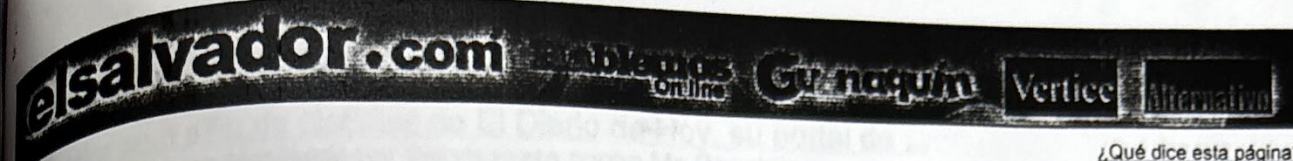
Página de resultados: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **[Siguiente](#)**

franquicia

Búsqueda

[Restringir la búsqueda a los resultados](#) | [Sugerencias de búsqueda](#)

©2006 Google



servipronto

Búsqueda

con la tecnología de
Google

- ☐ Búsqueda en WWW ☒ Búsqueda en www.elsalvador.com
☐ Búsqueda en www.guanaquin.com

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 55 de **servipronto** en el dominio www.elsalvador.com. (0.1:
con la tecnología de
Google

Fiscalía demanda a **Servipronto** : 1 de octubre 2005 ... El Diario ...
 Fiscalía demanda a **Servipronto**. Se pide el pago de las cuotas del Seguro ...
 La Fiscalía acusó ayer a la empresa de comida rápida **Servipronto** SA de CV por ...
www.elsalvador.com/noticias/2005/10/01/nacional/nac14.asp - Páginas similares

Corte rechaza la apelación de **Servipronto** / Miércoles 16 de julio ...
 ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de entrada.
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/17/nacional/nacio9.html - Páginas similares

Bukele no podrá usar rótulos d McDonald's / 4 / 07 / 2003
 Los restaurantes de comida rápida **Servipronto**, no podrán usar los rótulos, ...
 Que se declare que **Servipronto** no tiene derecho a usar esa marca porque sus ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/04/nacional/nacio18.html - Páginas similares

ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de ...
 Ordenan admitir pruebas en litigio de **Servipronto**. El litigio entre **Servipronto**
 y Mc Donald's tiene un nuevo episodio. La Corte ordenó que un tribunal ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/2/26/negocios/negoc6.html - Páginas similares

Abajo los rótulos / Miércoles 16 de julio / 2003
 Para los abogados de **Servipronto**, se debió esperar por este proceso y otras ...
 Para los representantes legales de **Servipronto**, la decisión del Juez 5o. de ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/16/nacional/nacio15.html - Páginas similares

McDonald's apelará: 9 de Diciembre 2005 ... El Diario de Hoy ...
 La Cámara 2o. de lo Civil falló en favor de **Servipronto** y ordenó renovar la
 franquicia por 20 ... McDonald's terminó el contrato con **Servipronto** en 1996. ...
www.elsalvador.com/noticias/2005/12/09/nacional/nac12.asp - Páginas similares

ElSalvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de ...
 Queda firme el fallo de un tribunal inferior contra **Servipronto** por ... Por lo
 anterior, el mismo tribunal ordenó a **Servipronto** que prescindiera en sus ...
www.elsalvador.com/noticias/2002/7/17/nacional/nacio16.html - Páginas similares

PNC vigilará el retiro de rótulos de McDonald's / Miércoles 9 de ...
 Empleados judiciales cubrieron los rótulos en los locales de **Servipronto** en 1997
 ... La empresa **Servipronto** pidió en esas fechas el amparo en la Sala de lo ...
www.elsalvador.com/noticias/2003/07/09/negocios/negoc1.html - Páginas similares

ES: McDonald's apela resolución judicial : 4 de Enero de 2006 ...
 Las dos empresas mantienen litigios judiciales desde 1997, cuando **Servipronto**

denunció a McDonald's por cancelar en forma anticipada un contrato de ...
www.elsalvador.com/noticias/ 2006/01/04/nacional/cambio4.asp - [Páginas similares](#)

El Salvador.com sitio de Noticias de El Diario de Hoy, su portal de ...
Se trata de un recurso planteado por **Servipronto** contra Mc Donald's, ...
Mc Donald's pretende impedir que **Servipronto** les usurpe sus marcas, ...
www.elsalvador.com/noticias/ 2002/5/17/nacional/nacio13.html - [Páginas similares](#)

Página de resultados: 1 2 3 4 5 6 **Siguiente**

servipronto

Búsqueda

[Restringir la búsqueda a los resultados](#) | [Sugerencias de búsqueda](#)

©2006 Google