



Boletín Comisión de Consultoría

De conformidad con los objetivos estratégicos del Instituto Mexicano de Contadores Públicos de México, A.C. (IMCP), la Comisión de Consultoría, elabora este boletín informativo, con la finalidad de que el gremio contable y el público interesado, se encuentren actualizados.

Directorio

C.P. PCFI Héctor Amaya Estrella
Presidente del Comité Ejecutivo
Nacional 2023-2025

C.P. PCCAG Ludivina Leija Rodríguez
Vicepresidenta General

**C.P.C. y PCPLD Silvia Rosa Matus de
la Cruz**
Vicepresidenta de Práctica Externa

**C.P.C. Mtra. y L.C. Norma Leyla
Rangel López**
Presidenta de la Comisión de
Consultoría del IMCP

Nota aclaratoria

Los contenidos plasmados en el presente Boletín no necesariamente reflejan la opinión del IMCP, de la Comisión de Consultoría y de algunos de sus integrantes.

En consecuencia, la responsabilidad de los contenidos, recae en la fuente y en el autor del presente Boletín.

LAS SOCIEDADES CORPORATIVAS OLVIDADAS, PERO VIGENTES

Mtro., L.D., C.P.C. E.F. y P.C.Fi. RODOLFO JERÓNIMO PÉREZ
INTEGRANTE DE LA COMISIÓN DE CONSULTORÍA DEL IMCP

*Era eso o el fin. Aposté los últimos 5,000 dólares en Las Vegas... y gané 27,000.
Una semana más de vida para FedEx.
Frederick W. Smith, fundador de FedEx*

INTRODUCCIÓN

FedEx no nació como una empresa tradicional. Su historia se escribió con decisiones audaces y una fe inquebrantable. Smith, tras recibir una calificación mediocre por su tesis sobre paquetería exprés, vendió todo lo que tenía para fundar la compañía.

Cuando el negocio se tambaleaba, apostó el último dinero de la empresa en un casino: era eso o cerrar al día siguiente. Para su fortuna, ganó 27,000 dólares que le permitieron pagar salarios y otras obligaciones. Fue una semana más... que se convirtió en un mes más... y, eventualmente, en una historia de éxito global.

Este episodio, sin duda, es una poderosa lección sobre la convicción empresarial. Pero más allá de lo inspirador que resulta, hay otro detalle que suele pasarse por alto en nuestro país: el modelo jurídico bajo el cual opera FedEx en diversos países, incluido México.

O sea, ¿cómo? ¿FedEx no opera como todas las empresas en México?

¿No es una S.A., S.A. de C.V. o una SAPI?

Al fin y al cabo, esas son las estructuras que más se utilizan para hacer negocios en el país. Es más: desde la universidad nos enseñan que las demás figuras —salvo quizá la S. de R.L.— están en desuso.



Pues... no, esta empresa se encuentra constituida en México como una Sociedad en Nombre Colectivo.^{1 2}

Sin duda, se trata de una figura jurídica poco habitual para empresas de su tamaño: la Sociedad en Nombre Colectivo (S. en N.C.).

No puedo, por supuesto, pronunciarme sobre las razones específicas que llevaron a FedEx a adoptar esta figura societaria en México; sin embargo, aprovechando la ocasión, podemos analizar algunas de las particularidades de este tipo de sociedad que —curiosamente— es más común encontrar en algunos corporativos extranjeros al momento de expandir sus operaciones en el país.

Esta estructura ha sido vista por muchos en el ámbito empresarial como una figura obsoleta o en desuso, y es escasamente abordada tanto en las carreras de Derecho como en Contaduría.

Se le considera erróneamente como una sociedad residual o sin aplicación práctica.

La realidad es que, en el medio empresarial mexicano, predomina casi de manera unánime el uso de la Sociedad Anónima o, en su caso, la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Esta preferencia se debe a que las llamadas sociedades de capitales limitan la responsabilidad de los socios hasta el monto de su aportación.

1 Artículo Tercero de la **Autorización** otorgada a Federal Express Holdings (México) y Compañía, S.N.C. de C.V., para prestar servicios de manejo, almacenaje y custodia de mercancías de comercio exterior, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 26 de mayo de 1998.

2 Aunque las siglas S.N.C. pudieran originar confusión dada su similitud con las siglas aplicables a las Sociedades Nacionales de Crédito, la citada autorización es clara al señalar su naturaleza: "**Tercero.** La empresa Federal Express Holdings (México) y Compañía, Sociedad en Nombre Colectivo de Capital Variable, deberá realizar todas y cada una de las obras..."



Por su parte, en las sociedades de personas—y particularmente en la S. en N.C.—los socios responden incluso con su patrimonio personal, traspasando lo que doctrinalmente se conoce como el "velo corporativo".

¿Qué significa esto? Que sus socios operativos no solo representan la marca: responden con su patrimonio personal por las operaciones de la sociedad.

Este modelo envía un mensaje contundente:

Aquí no hay operadores con responsabilidad limitada. Aquí te comprometes de verdad, o no representas la marca.

Esta forma de operar, si bien representa un riesgo para los socios, también implica una forma de compromiso mucho más profundo con la marca.

El modelo de sociedad de personas no permite la libre circulación de capitales y establece restricciones a la entrada y salida de socios, lo que refuerza el carácter de compromiso operativo, protección reputacional y estabilidad corporativa.

En la implantación de negocios en México —como en cualquier parte del mundo— es fundamental partir de un análisis jurídico serio y bien estructurado, que contemple no solo la viabilidad legal de la operación, sino también una adecuada optimización de recursos y, desde luego, la posibilidad de hacer eficiente la carga tributaria dentro del marco legal.

Esto, sin embargo, debe lograrse sin caer en estructuras agresivas con débil o nulo sustento legal, o —como ocurre con frecuencia— por simple desconocimiento de las distintas figuras jurídicas disponibles, lo que lleva a repetir esquemas genéricos sin valorar si realmente son los más adecuados para cada caso.

Con frecuencia, se delega por completo al fedatario público la elección de la estructura societaria, recurriendo de forma automática a la figura de la



S.A., sin detenerse a evaluar si realmente se ajusta al modelo de negocio que se busca construir.

Cuando la Sociedad en Nombre Colectivo se utiliza de manera correcta — producto de un análisis jurídico profundo y estratégico— puede convertirse en una herramienta sumamente valiosa en términos de control, compromiso y alineación con los objetivos de negocio de los socios e inversionistas.

No basta con protocolizar estatutos ante notario: hay que entender lo que se está constituyendo.

De ahí la importancia de que, en la implantación y diseño de una empresa, participen Contadores y también Abogados que conozcan y dominen la materia corporativa y fiscal y que comprendan la naturaleza, implicaciones y alcances reales de cada figura legal.

CONCLUSIÓN

Las grandes decisiones empresariales requieren de un trabajo en equipo: abogados, contadores, especialistas en fiscal. Sobre todo, requieren consultores que comprendan el negocio, las necesidades del cliente y la visión de largo plazo.

Constituir una empresa no debe limitarse a cumplir requisitos formales. Se trata de elegir la figura corporativa más eficiente, desde el punto de vista corporativo, fiscal, y también en términos de control, operación y sostenibilidad jurídica.

Porque las estructuras legales no solo deben cumplir con la ley...

Deben estar alineadas con el propósito del negocio.

Construir el futuro también es una responsabilidad jurídica.