



IMCP
Yucatán

ENTRE CONTADORES Y EMPRESARIOS

**RAZÓN DE NEGOCIOS Y
RECARACTERIZACIÓN DE
LOS ACTOS JURÍDICOS EN
MÉXICO**

**INFORMACIÓN PARA TOMA
DE DECISIONES, EL ANÁLISIS
OPORTUNO DE LOS DATOS**

**EL CONTRATO JOINT
VENTURE COMO ESTRATEGIA
DE CRECIMIENTO PARA
LAS EMPRESAS**

**ENTREVISTA AL C.P. Y P.C.F
RUSSELL FRANCISCO ARCILA
SOSA PRESIDENTE DEL
COLEGIO DE CONTADORES
PÚBLICOS DE YUCATÁN
2020-2021**

INFOGRAFÍA DE LA HISTORIA DE HENRY VAN DEL VELDE

Editorial

En este número abordaremos tres interesantes artículos cuyas temáticas son: "Razón de negocios y recaracterización de los actos jurídicos en México"; "Información para toma de decisiones, el análisis oportuno de los datos"; y "El contrato joint venture como estrategia de crecimiento para las empresas".

En el primer artículo, se plantea una disertación acerca del concepto de razón de negocios en cuanto a si crea o no certeza jurídica, cómo se debe entender y como los contribuyentes pueden demostrar que la empresa cubre con el mismo en sus operaciones.

El segundo, recalca la importancia de trabajar en el adecuado uso de la información e indicadores clave dentro de la empresa, donde el manejo de datos sea el estrictamente necesario y que transforme el trabajo del contador público en un modelo proactivo que facilite la toma de decisiones.

El último artículo, pone de manifiesto la estrategia joint venture, alianza estratégica que aporta más factores positivos que negativos, así como la consecuencia de que cada vez más empresas deciden aliarse para aunar fuerzas y llevar a cabo proyectos rentables.

Por otra parte, se anexa a esta revista, una entrevista personalizada con el CP. Russel Arcila Sosa, Presidente del consejo directivo 2020-2021 del Colegio de Contadores Públicos de Yucatán previo al inicio de su invaluable gestión. Los miembros de la comisión editorial agradecemos su disponibilidad para la entrevista y le deseamos mucho éxito en esta nueva encomienda.

Finalmente, se anexa una infografía donde el lector podrá conocer la historia de Henry Van de Velde, Arquitecto, decorador y pintor belga. Considerado uno de los fundadores del Modernismo en Bélgica. Destacó especialmente por su diseño de muebles, decoración de interiores, diseños caligráficos y ornamentales y sus ensayos teóricos, ya que su importancia como arquitecto en esta época es de orden secundario.

Estimado lector, los integrantes que formamos parte de la comisión editorial, esperamos que disfrute la lectura de cada una de las temáticas planteadas.



Dr. Mario René Chan Magaña
Coordinador de la Comisión Editorial del Colegio de Contadores Públicos de Yucatán
mchanmagana@gmail.com

ccpy.com.mx



Índice

RAZÓN DE NEGOCIOS Y RECARACTERIZACIÓN DE LOS ACTOS JURÍDICOS EN MÉXICO

4

INFORMACIÓN PARA TOMA DE DECISIONES, EL ANÁLISIS OPORTUNO DE LOS DATOS

8

EL CONTRATO JOINT VENTURE COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO PARA LAS EMPRESAS

12

ENTREVISTA AL C.P. Y P.C.F RUSSELL FRANCISCO ARCILA SOSA, PRESIDENTE DEL COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE YUCATÁN 2020-2021

18

INFOGRAFÍA DE LA HISTORIA DE HENRY VAN DEL VELDE

22

CONSEJO DIRECTIVO
2020 - 2021

C.P. y P.C.F. Russell Francisco Arcila Sosa
Presidente del Colegio de Contadores Públicos de Yucatán, A.C
C.P. y P.C.C.A.G. Víctor José Quijano Durán
Vicepresidente de Relaciones y Difusión
C.P. Roque Humberto Gamboa León
Vicepresidente de Desarrollo Profesional
C.P.C. Gilberto Omar Zapata Denis
Vicepresidente de Finanzas y Administración
C.P.C. Manuel Alejandro López Mapén
Secretario Sector Gubernamental
C.P.C. José Rodolfo López Quián
Secretario Práctica Externa
C.P. Valentín Alonso Novelo
Secretario Sector Docente
C.P. José Abraham Farah Vera
Secretario Sector Empresa
C.P.C. Esperia Concepción Castillo Pantoja
Auditor Propietario
C.P. Pedro Alberto Rukos Hadad
Auditor Suplente

COMISIÓN DE TRABAJO
EDITORIAL

Coordinador:

Dr. Chan Magaña Mario René

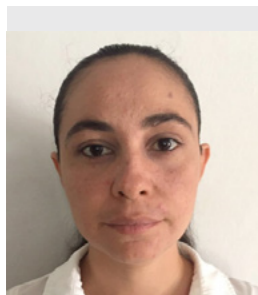
Integrantes:

Dr. Novelo Valentín Alonso
C.P.C. González Hernández Fernando
Dr. Meneses Puerto Ernesto Alonso
Dra. Sabido Domínguez Teresita de Jesús
C.P. Solís Ortega Belén
M.F. Solís Uc Javier Avelino
C.P.C. Vergara Pérez María Isabel
M.R.D.R. Barrera Durán Wilma Alejandra
C.P. Cruz López Reyna Delfina
C.P.C. José Francisco Bernés Zavala

Política Editorial. Los artículos publicados expresan únicamente la opinión del autor o autores. El Colegio de Contadores Públicos de Yucatán, A.C., a través de su Comisión de Trabajo Editorial evalúa los artículos técnicos para su inclusión en la revista. La revista se difunde a través de su portal de internet. No se permite la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización por escrito del Colegio de Contadores Públicos de Yucatán, A.C.



RAZÓN DE NEGOCIOS Y RECARACTERIZACIÓN DE LOS ACTOS JURÍDICOS EN MÉXICO



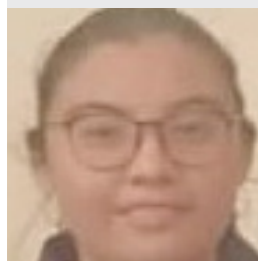
Alonso Polanco Aracelly

Contador público,
independiente,
cp_ara_alonzo@hotmail.com



Arcos García Tila del Rosario

Contador público, Maniobras y
Servicios de Comercio Exterior
de Yucatán SA de CV,
arcos_gt89@hotmail.com



**Barrera Durán Wilma
Alejandra**

Contador público, Grupo
Industrial Santa Clara SA. de CV.,
wilma_barrera@hotmail.com

Antecedentes

El concepto de razón de negocios no crea certeza jurídica respecto de cómo se debe entender y como los contribuyentes pueden demostrar que la empresa cubre con el mismo en sus operaciones. Sin lugar a dudas, uno de los temas que mayor auge ha tomado por parte de las autoridades fiscales en sus revisiones practicadas, es el tema concerniente a operaciones simuladas. Esto llevó a diferentes disposiciones legales: Ley Federal Contra la Delincuencia Organizada, Ley de Seguridad Nacional, Código Nacional de Procedimientos Penales, Código Fiscal de la Federación y el Código Penal Federal. La razón fundamental para la implementación de estas reformas es la defraudación fiscal en el país. Desafortunadamente siempre han existido empresas que se dedican a la venta de facturas; son 100% reales, se pueden verificar en el portal

del SAT y son auténticas, lo que no ****es real** es la operación. Por eso existe una incesante persecución de este delito en que muchas empresas han caído para justificar gastos que no realizaron y con eso evadir impuestos siendo el caso que ahora la razón de negocios sea una exigencia en por la autoridad fiscalizadora.

Desarrollo del contenido

En el contexto económico actual de México donde las reformas fiscales del país están dirigidas hacia el fortalecimiento del órgano fiscalizador mediante una posición optimista en recaudación tributaria y acciones de responsabilidad y disciplina fiscal.

Uno de los conceptos que está haciéndose presente en materia fiscal es el de "razón de negocios", mismo que guarda fuerte relación con el postulado básico contable de entidad económica y sustancia económica, por lo que en el presente artículo realizaremos un análisis de este concepto retomando los enfoques financiero y fiscal para concluir con algunas consecuencias fiscales del mismo.

El Código Fiscal de la Federación (CFF) a partir de 2016 adiciona la cláusula anti-elusión (anti-abuso) en su artículo 5°. El CFF vigente enuncia en el artículo 5-A:

"Los actos jurídicos que carezcan de una razón de negocios y que generen un beneficio fiscal directo o indirecto, tendrán los efectos fiscales que correspondan a los que se habrían realizado para la obtención del beneficio económico razonablemente esperado por el contribuyente.

En el ejercicio de sus facultades de comprobación, la autoridad fiscal podrá presumir que los actos jurídicos carecen de una razón de negocios con base en los hechos y circunstancias del contribuyente conocidos al amparo de dichas facultades, así como de la valoración de los elementos, la información y documentación obtenidos durante las mismas..."

Siguiendo con el citado artículo hay dos figuras conceptuales importantes de esclarecer:

a) *Beneficio fiscal: "cualquier reducción, eliminación o diferimiento temporal de una contribución. Esto incluye los alcanzados a través de deducciones, exenciones, no sujeciones, no reconocimiento de una ganancia o ingreso acumulable, ajustes o ausencia de ajustes de la base imponible de la contribución, el acreditamiento de contribuciones, la recaracterización de un pago o actividad, un cambio de régimen fiscal, entre otros"*

b) *Beneficio económico: "cuando las operaciones del contribuyente busquen generar ingresos, reducir costos, aumentar el valor de los bienes que sean de su propiedad, mejorar su posicionamiento en el mercado, entre otros casos"*

Podemos entonces en forma general decir que se habla de "legítima razón de negocios" cuando cualquier compañía lucrativa es creada y existe con el objetivo de generar ganancias extraordinarias (máxima utilidad neta con un mínimo capital) que propicien beneficios a sus accionistas, genere valor económico, desarrolle relaciones con clientes y proveedores por medio de la existencia, supervivencia y expansión a largo plazo (Rivas,2008).

Analizados dichos conceptos podemos considerar que la autoridad para determinar la existencia de la razón de negocios tendrá que determinar, definir y ampliar más los criterios normativos para especificar cuando un beneficio económico se considera "razonable" para evitar caer en inseguridad jurídica ante la aplicación en la práctica de criterios subjetivos.



La autoridad fiscal mediante el uso de sus facultades de comprobación y de acuerdo con hechos y circunstancias obtenidos en la revisión de la información de los contribuyentes, será quien determinará si hay o no razón de negocios, por lo que podemos relacionar ampliamente que en materia de revisión nos podemos referir a auditorías, por lo tanto desde la perspectiva del contribuyente este deberá cubrir las características de materialidad en la información contable que genera para tener pruebas suficientes para comprobar a la autoridad la autenticidad de los actos reflejados en sus registros.

Retomando el concepto de Rivas (2008) de legítima razón de negocios, específicamente referido a que los contribuyentes deben reflejar y expresar en sus actos en todo momento realidades y no actos simulados (o ficciones jurídicas), podemos asegurar la existencia de una estrecha relación y vinculación con el combate de la autoridad fiscal a las figuras de emisores

de comprobantes fiscales de operaciones simuladas "factureros" y a los que hacen uso de ellos "compradores", procedimiento regulado en la legislación en los artículos 69 B del CFF.

Reglamentariamente no existe una definición específica para el concepto razón de negocios, sin embargo, la autoridad fiscal puede determinar la ausencia de materialidad de operaciones debido a la ausencia de dicho concepto. A pesar de la falta de definición legal, tenemos que se ha adoptado el significado financiero, que implica el motivo para realizar un determinado acto al cual se tiene derecho, relacionado con una actividad lucrativa y encaminada a tener una utilidad determinada de acuerdo a las Normas de Información Financieras aplicables y que han sido reconocidas en el Código Fiscal de la Federación para el cumplimiento en el ámbito fiscal el concepto de razón de negocio puede ser abordado desde esta perspectiva.

Tomando en cuenta los criterios emitidos por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, la razón de negocios sí es un elemento que puede tomar en cuenta la autoridad fiscal para determinar si una operación resulta artificiosa o bien, inexistente para efectos fiscales. Lo anterior quiere decir que, a pesar de que una operación realizada por un contribuyente se encuentre en estricto apego a la ley, la autoridad puede determinar que la misma resulta artificiosa o bien inexistente, toda vez que no existe una razón de negocio válida para llevar a cabo dicha operación, es decir que las operaciones celebradas por los contribuyentes deben de tener una razón genuina para su realización más allá de las implicaciones o efectos fiscales que de las mismas deriven.

En otras palabras, si una operación se realiza con el único fin de obtener un beneficio fiscal, sin tener como finalidad recíproca la obtención de una utilidad, la autoridad fiscal podrá no reconocer el beneficio fiscal obtenido por considerar dicha operación como artificiosa o inexistente para efectos fiscales. Cabe mencionar que la razón de negocios es un concepto que busca contrarrestar esquemas de elusión fiscal mediante la atribución de consecuencias fiscales específicas a operaciones lícitas, existentes y válidas, pero sin la finalidad de obtener un beneficio económico y comercial.



Conclusión

A manera de síntesis, la razón de negocios en materia fiscal considera retomar criterios profesionales éticos desde la preparación de la información contable financiera, que cubra los postulados básicos de sustancia económica, asociación de costos y gastos con ingresos, revelación de información y no tanto con objetivos fiscales para evitar las cargas tributarias, procurando la primicia de que deben ser lícitos los actos llevados a cabo en la operación de la empresa, sustentando todas las transacciones de forma documental (prioridad al fondo de los actos jurídicos sobre la forma legal), lo que podría generar mayores cargas administrativas, pero al parecer necesarias para desvirtuar que se realicen prácticas indebidas en perjuicio del estado.

Bibliografía

Código Fiscal de la Federación. (09 de 12 de 2019). Diario Oficial de la Federación. México, México: CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN.

Colegio de Contadores Públicos. (22 de 07 de 2019). Obtenido de <http://www.ccpep.org.mx/?p=4260>

México, Tribunal Federal de Justicia Administrativa (Primera Sección de la Sala Superior), Juicio Contencioso Administrativo Núm. 4351/16-07-01-4-OT/1124/17-S1-04-04 del 5 de octubre de 2017.

INFORMACIÓN PARA TOMA DE DECISIONES, EL ANÁLISIS OPORTUNO DE LOS DATOS



C.P. Javier Avelino Solís Uc M.A.
Subdirector de Finanzas
Grupo Energético del Sureste

Antecedentes

La gestión de los negocios en la actualidad se lleva a cabo a través del uso de sistemas independientes o integrados, aspectos como el detalle de las ventas por producto o cliente, el manejo de inventarios desde la disponibilidad para su entrega, la fecha de adquisición o el momento de compra, la configuración de recetas para producción con cantidades a utilizar y conversión de medidas, la capacidad instalada, los parámetros de calidad, el detalle de los tiempos muertos, las horas de mantenimiento productivo y predictivo, son solo una muestra del volumen de datos que se generan a diario en una organización.

Se estima que el 98% de los datos almacenados en los diferentes sistemas de una empresa, lejos de tener alguna utilidad, únicamente van ocupando espacio en los servidores o en la nube hasta que llega el momento de

depurar por prescripción legal o falta de espacio en los sistemas de almacenamiento.

Financiera o administrativamente no se utilizan estos datos para generar información, es claro que no representa una tarea sencilla o rápida, sin embargo, quizá el elemento clave a considerar es que se piensa que es una actividad ajena a finanzas a cargo del área de sistemas y por ello se pierde la oportunidad de generar información que complementa el análisis financiero tradicional.

Desarrollo del contenido

En palabras de (Díaz y Kalis), *“El contador público debe tener la capacidad para adaptarse a cambios constantes y un profundo entendimiento de los datos, para utilizarlos y comunicarlos adecuadamente, y así contar con un pensamiento crítico que lo lleve a ser capaz de solucionar problemas y toma de decisiones.”* Cuando no hay la sensibilidad para adaptarse a los cambios, ¿se está en posición de potenciar la capacidad de análisis?

Esta evolución del contador público en el análisis de información, requiere considerar tres aspectos: Primero en su preparación técnica, donde debe adentrarse en las áreas que se pensaban exclusivas de otras disciplinas, el uso de programas a través de los cuales pueda consultar y extraer las bases de datos que se

generan dentro de la organización. Segundo, el manejo de esos datos, saber cómo trabajar esa variedad y cantidad de datos para transformarlos en información que sea de utilidad para quien toma decisiones. Tercero, definir un sistema de información dinámico y efectivo que administre indicadores, en múltiples escenarios que permita conocer en tiempo real los resultados que van generando la ejecución de esas decisiones que se tomaron.

1. PREPARACIÓN TÉCNICA EN SISTEMAS:

En un mundo donde todas las actividades se realizan en una computadora o dispositivo electrónico, se debe entender cómo funciona cada equipo, como se estructura cada programa, donde se almacenan los datos, que se puede hacer o que no se debe hacer para mantener la integridad de la información. Bajo esta perspectiva la formación complementaria del contador público debe incluir conocimientos técnicos para saber extraer datos así como herramientas para transformarlos. Conocer donde puedes consultar y como obtener la data que se requiere para realizar análisis y saber si esta puede convertirse en información. Trabajar sobre un dato o un conjunto de datos, a una fecha o un periodo, de una o varias bases de datos, una consulta única o una consulta repetitiva.



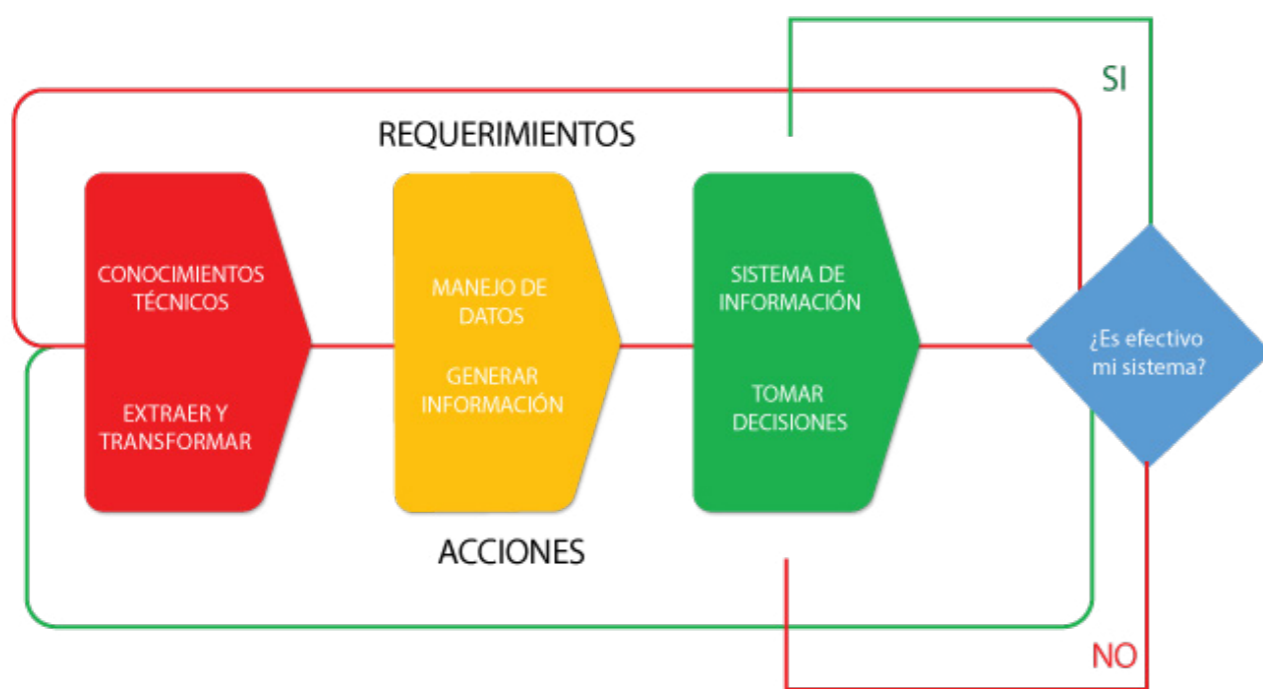
En este punto no debemos llegar a conclusiones, es entender dónde buscar y de qué manera extraer y transformar datos.

2. EL MANEJO DE LOS DATOS, LA INTELIGENCIA DE NEGOCIOS.

¿Cuándo un dato comienza a tomar sentido y potencialmente puede generar información? Quizá, cuando ese conjunto de datos que se analizan comienzan a tener utilidad, cuando el resultado obtenido se utiliza para tomar decisiones y se puede evaluar su impacto en los resultados operativos y posteriormente en los estratégicos. El análisis de datos pretende generar experiencia a través de la relación entre las acciones emprendidas y su asociación con las variables evaluadas que permita medir su eficiencia y mejorar sus procesos. Por último se debe considerar la efectividad de la información, los indicadores mostrarán la pérdida de valor a través de los resultados, entonces es momento de regresar al análisis y evaluar su utilidad.

El siguiente diagrama muestra la interacción de los conceptos expuestos.

Figura 1. Indicadores clave de un sistema de información



Fuente: Elaboración propia (2020)

3. SISTEMA DE INFORMACIÓN, LOS INDICADORES CLAVE

Cuando los datos han sido analizados, se han convirtieron en información útil para tomar decisiones y se han implementado estrategias para mejorar el desempeño, se espera que los resultados se puedan medir en tiempo real. *“La potencia de un sistema de información se debería juzgar principalmente por la amplitud de las cuestiones a las que de verdad debe responder. Cuanta más amplitud más potente será el sistema.” (Goldratt)²* Los indicadores clave son importantes para monitorear los resultados, establecido parámetros en un semáforo que informe el cumplimiento del objetivo trazado, generalmente calificando en excelente, bueno, regular y malo, cada organización decide el margen de holgura para cada calificación y para cada resultado debe haber un plan de acción.

En la práctica, cada decisión que se toma en la empresa, se puede observar en un indicador, comercialmente las ventas por día o por hora pico, el producto más vendido, etc., en el área productiva, eficiencia de producción, niveles de mermas y desperdicios por turno o por materia prima y así podemos ir listando gran cantidad de información, sin embargo en el área financiera hemos sido muy reactivos, quizá porque el compromiso tatuado en el alma, sea la entrega de los estados financieros, donde ya muy difícilmente podemos contribuir a mejorar el resultado.



Conclusión

Se debe trabajar en este escenario de información e indicadores clave, donde el manejo de datos transforme el trabajo del contador público a un modelo proactivo, tener la capacidad de enlazar esos indicadores con los parámetros financieros, por ejemplo: los ingresos que genera un nuevo proyecto en función de la recuperación de la inversión realizada en el plazo establecido, si determinada promoción y descuentos generan las ventas en la proporción contado / crédito establecida, si las compras y el manejo de los inventarios están dentro de los parámetros del costo presupuestado.

No existe una fórmula general para identificar y analizar esta información, cada organización, tiene características propias y muy diferentes de las demás, se puede incorporar gente con experiencia, pero el análisis oportuno de datos depende de entender el plan estratégico, la estructura del negocio, al equipo directivo y su filosofía empresarial, los sistemas de información, las políticas de inversión y en especial, de la paciencia para establecer un sistema de información efectivo a base de ensayo y error. Los beneficios son a mediano plazo, pero en el corto plazo se verá el efecto del análisis oportuno de los datos.

Bibliografía

- 1.- Díaz, A, & Kalis, V. (2020). Impacto de la digitalización en las competencias del contador público. Revista Contaduría Pública, 569
- 2.- Goldratt, E. (1994) El síndrome del pajar. Madrid: Ediciones Diaz de Santos

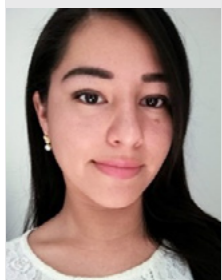
EL CONTRATO JOINT VENTURE COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO PARA LAS EMPRESAS



L.M. Jhoanna Fabiola López Escaroz



L.A. Elberth Rodrigo Chuc Robleda



LTSGH Wendy Livier Romero Ramos

Estudiantes en el área de posgrado de negocios del Colegio de Estudios Universitarios del Mayab (CEUM).

Introducción

Las empresas en la actualidad necesitan remar contra corriente. Los mercados se vuelven más complejos, el crecimiento de la población diluye el posicionamiento en dichos mercados y cada vez es más difícil lograr entrar sin problemas a los nichos de clientes adecuados que garanticen ventas (y utilidades) infinitas. De acuerdo a datos del año 2015 de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) "Las Pequeñas y Medianas empresas, conocidas como PyMEs son la columna vertebral de la economía mexicana. Por otra parte, las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMEs) generan 72% del empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8% del empleo total. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3% de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo.



Las PyMEs se concentran en actividades como el comercio, los servicios y la industria artesanal, al igual que en trabajos independientes".

Sin embargo este mismo estudio nos da como conclusión que en México, una pyme tiene menos probabilidad de sobrevivir que en países como Colombia, Brasil o Estados Unidos. Lorenzo Manzanilla López de Llergo, académico de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) recalca que en nuestro país, las pequeñas y medianas empresas representan más del 95% de las compañías, no obstante, más del 90% no sobrevive ni cinco años.

Es cierto que el fracaso de una PyME es multifactorial. Podemos encontrar razones como la falta de planeación, integrantes y fundadores sin formación administrativa, temor a la asesoría, ingresos insuficientes, falta de indicadores, problemas en la ejecución o fallas en la hipótesis de negocio y oportunidades de mercado. Todos estos problemas tienen solución en la medida en que los empresarios y entrepreneurs inviertan en educación empresarial y comprendan la importancia de una planeación correcta del negocio. Sin embargo, hay ciertos obstáculos que se pueden superar si encontramos socios clave que sean exitosos en lo que nosotros estamos fallando, y es ahí precisamente donde el contrato Joint Venture puede servir como estrategia de supervivencia para ciertas empresas.

¿Qué es el contrato Joint Venture y cómo puede ayudar a las empresas a permanecer en el mercado? El Código Civil Federal establece en su artículo 1796 que: "Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento, excepto aquellos que deben revestir una forma establecida por la ley (...)". De manera concordante, el artículo 1832 dispone que: "En los contratos civiles cada uno se obliga en la manera y los términos que aparezca que quiso obligarse, sin que para la validez del contrato se requieran formalidades determinadas, fuera de los casos expresamente designados por la ley". En consecuencia, para que un contrato exista se requiere solamente del consentimiento de las partes que intervienen en

su perfeccionamiento, más el cumplimiento de determinadas formalidades, en el caso de que la ley así lo requiera, por lo que no se requiere en general de ninguna formalidad en el caso de los contratos atípicos.

El abogado Gerardo Alfonso García López en su libro "Joint Venture, generalidades y clasificación" (2015) nos explica que no existe en la actualidad una definición legal de lo que es un Joint Venture, precisamente porque se considera una figura atípica que pocos sistemas de derecho reconocen expresamente. Sin embargo, el Black's Law Dictionary (Diccionario del derecho de los Estados Unidos de Norteamérica) nos da el primer concepto: "Un negocio llevado a cabo por dos o más personas con un proyecto en común. Sus elementos son:

- 1) un acuerdo expreso o implícito;
- 2) un objetivo en común a desarrollar por el grupo;
- 3) el compartir las ganancias y pérdidas;
- 4) cada miembro tiene el mismo derecho a formar parte de la administración del proyecto".

El contrato de Joint venture no se encuentra regulado por el derecho mexicano, razón por la cual su naturaleza jurídica en dicho ordenamiento es la de un contrato atípico que se suscribe a lo mencionado anteriormente. Debido a esto dicho contrato se considera únicamente como un acuerdo de voluntades cuyo propósito es conseguir objetivos específicos, manteniendo la autonomía de los participantes.

Entonces, ¿podríamos decir que el contrato Joint Venture es un instrumento para atacar áreas de oportunidad? Retrocedamos un poco y consultemos a la ciencia de la administración. El estudio de los problemas administrativos nos ofrece una herramienta básica en la toma de decisiones llamada Matriz FODA que nos permite detallar la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas (Fortalezas y Debilidades) y su situación externa (Oportunidades y Amenazas). El objetivo de este análisis es encontrar puntos de buena praxis así como áreas de oportunidad, para crear las estrategias necesarias que nos permitan potenciar lo positivo y disminuir lo negativo.

Desarrollo del contenido

Si tomamos como base esta necesidad administrativa de autoanálisis y análisis del entorno, podemos pensar que los contratos Joint Venture pueden ser precisamente esa estrategia de disminución de amenazas y debilidades que nos permitan operar sana y productivamente en el mercado. Pero, ¿qué características tiene dicho contrato? La institución financiera Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) en su campaña de educación financiera enlista las siguientes

- Es un contrato innominado de colaboración empresarial.
- Las empresas mantienen sus propias individuales, lo que significa lo contrario de la fusión. Las empresas son preexistentes.

- A través de este contrato, las partes buscan una utilidad común.
- Existe una contribución a las pérdidas, utilidades, funciones e inversión.
- El objeto de la Joint Venture es variado, no requiere necesariamente un aporte en dinero, sino que el aporte estará definido por las necesidades que conllevan a la colaboración empresarial.
- Las aportaciones que deberán cumplir los contratantes pueden consistir en dinero, bienes, tecnología, servicios, estrategias, etcétera.
- La duración será designada en virtud al principio de autonomía de voluntad, pero siempre tendrá una duración limitada.
- Existen contribuciones y agrupación de los intereses de las partes.
- Existe la posibilidad de generar una recíproca de representación de la otra parte.
- Existe un control conjunto de la colaboración empresarial.
- Existe un acuerdo, que consiste en una declaración de voluntad común destinada a regular sus derechos en este acuerdo.
- Necesita un objetivo común, que debe indicarse en el acuerdo.

Si analizamos estas características podemos entender cómo un contrato de este tipo nos puede ayudar a tener éxito ya que nos permitirá disminuir costos, compartir riesgos, entrar a nuevos mercados, acceder a nuevos recursos, o a economías de escala, ahorrar tiempo y recursos y ganar nuevos asociados de negocio.

Asimismo, la Casa de Bolsa Finamex, S.A.B. de C.V. señala que de acuerdo al tipo de inversión realizada para la colaboración conjunta, los contratos de Joint Venture pueden clasificarse en:

- Alianzas estratégicas: En este modelo no es una obligación realizar un aporte económico. Aquí lo importante es la suma de aportaciones que cada miembro otorga al servicio de un fin colectivo.

- Coinversión: Aquí nos referimos a un negocio conjunto, pero con una inversión o un aporte de bienes. Su propósito es obtener el mayor rendimiento conjunto, lo cual no podría alcanzarse de forma individual.
- Contractual: En este acuerdo los inversores realizan una actividad en común, pero no establecen una nueva empresa, sino acuerdos de colaboración en los que se estipulan cláusulas que rigen las actividades que cada parte realizará, la forma de repartir las ganancias y sobre todo, los riesgos.



Sun Tzu (2006) nos dice "Si no buscas ayudantes y aliados, entonces estarás aislado y débil". Si tomamos esta frase como cierta, las pymes tienen en sus manos una manera interesante de atacar sus debilidades. México ha sido cuna de casos exitosos, por ejemplo el contrato entre la empresa Echostar -ahora Dish Network Corporation- con MVS Comunicaciones, con la finalidad de proporcionar televisión satelital por suscripción, lo que se conoce como Dish. En ese sentido, a Echostar en 2013, esta Joint Venture le generó ingresos por casi 200 millones de dólares, lo que representó el 6% de sus ventas consolidadas y produjo 65 mdd adicionales por venta de equipo y otros servicios.

Entonces ¿cómo pueden las PyMes aprovechar las oportunidades? Como primer paso hay que perder el miedo a intentar nuevas estrategias, pero sobre todo hay que entender que este contrato nos genera obligaciones legales que debemos atender sin dilación y que representa un compromiso como socio comercial que no se debe menospreciar.

¿Qué necesitamos para que se dé un Joint Venture exitoso?

1. Establecer un proyecto específico
2. Debe de firmarse un contrato con las cláusulas mínimas
3. Definir los aportes de capital
4. Establecer las utilidades y funciones administrativas de cada uno
5. Diseñar las actividades conjuntas
6. Especificar una hoja de ruta
7. Diseñar el presupuesto de inversión
8. Establecer el tiempo de duración
9. Establecer recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos)
10. Definir los procesos administrativos y los procesos operacionales

Si las PyMEs se apegan a estos consejos podrán aumentar sus ventajas competitivas, extender el número de clientes, ahorrar dinero compartiendo costos de operación, ahorrar

dinero compartiendo costos de publicidad y marketing, ahorrar tiempo como recurso empresarial compartiendo carga de trabajo, servirse de un know how y manejar mayor información y finalmente ganar nuevos asociados de negocio, además de que desde el punto de vista tributario-contable, los contratantes podría llevar contabilidad independiente, aunque también podrían no llevarla y solamente registrar en sus propias contabilidades las operaciones correspondientes a este contrato, lo que permite amplias posibilidades de distribuir los gastos de manera eficiente y obtener utilidades.



Conclusión

El éxito de una PyMEs depende en gran medida de su estructura y su capacidad de adaptación. Como dice el conocido refrán, "El que mucho abarca, poco aprieta" y si tomamos esta máxima como filosofía empresarial, podemos entender que debemos concentrarnos en lo que sabemos hacer bien para no malgastar esfuerzos y energía en lo que no nos sale tan bien. ¿Tenemos un buen producto pero necesitamos canales de distribución? ¿Contamos con una posición sólida en una región del país pero no tenemos acceso a otra? ¿Necesito financiamiento que por mí mismo no puedo obtener? Para estos y muchos otros casos más la figura contractual de Joint Venture puede ser considerada una opción, teniendo en cuenta que si bien el Joint Venture es un contrato atípico en la legislación mexicana, puede celebrarse en nuestro país con base en el principio de autonomía de la voluntad, siempre y cuando las estipulaciones que hagan las partes en el contrato no sean contrarias a la ley, el orden público, la moral y las buenas costumbres. Sin embargo, las empresas deben considerar que dicho contrato no es una panacea y si una empresa adolece de falta de planeación u otro problema administrativo o de recursos, puede estar jugando con fuego ya que se contaminaría la sociedad de participación, pero si se lleva a cabo correctamente esta participación puede ser la salvación de las PyMEs mexicanas. La ejecución correcta de este contrato y sus beneficios pudieran significar a mediano plazo la consolidación de nuestro negocio y la superación de la fatídica marca de los dos años de operación.

Bibliografía

Sun Tzu, El arte de la guerra . Versión de Samuel Griffith. Colección Evergreen. Köln: Editorial Taschen Benedikt, 2006.

<https://economyatic.com/joint-venture/>

José Joaquín Piña Mondragón, el contrato de joint venture. una propuesta para fomentar la IED, en el marco de los TLC suscritos por México. artículo especializado

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/miranda_g_gg/capitulo2.pdf

<https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacionfinanciera/492-pymes>

<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos>

http://www.derecho.duad.unam.mx/amicuscuriae/descargas/amicus14/EL_CONTRATO_DE_JOINT_VENTURE.pdf

<https://www.bbva.es/general/finanzas-vistazo/empresas/joint-venture/index.jsp>

Periódico La Jornada Domingo 20 de agosto de 2017, p. 20

Garner, Bryan A. Black's law dictionary 8ª ed., Thomson West, 2004, p. 856

<http://thevisionary.finamex.com.mx/the-visionary/joint-venture-un-modelo-de-inversion>

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3984/27.pdf>



ENTREVISTA AL C.P. Y P.C.F

RUSSELL FRANCISCO ARCILA

SOSA, PRESIDENTE DEL COLEGIO

DE CONTADORES PÚBLICOS DE

YUCATÁN 2020-2021.

¿Qué lo motiva a postularse para contender por el cargo de presidente del consejo directivo 2020 - 2021 del Colegio de Contadores Públicos de Yucatán (CCPY)?

Vi mi postulación como una oportunidad para contribuir con el Colegio con la aportación de ideas, proyectos y actividades que han sido producto de la experiencia de haber ocupado diversos cargos en nuestra Institución. Estoy seguro que con el respaldo del Consejo Directivo haremos transformaciones relevantes que ayudarán a brindar al asociado una mejor experiencia en los servicios que les ofrecemos.

Parte de mi trayectoria personal ha sido ayudar y servir en el ámbito en el que me he desenvuelto y considerando mi participación en varios Consejos Directivos y de manera especial en los periodos 2018 - 2019 y 2019 - 2020 en los que ocupé los cargos de las Vicepresidencias de Desarrollo Profesional y Relaciones y Difusión respectivamente, y gracias al trabajo realizado, decidí que era el momento y mi oportunidad de aportar mi experiencia, conocimientos y disposición para consolidar los objetivos que día a día persigue de manera profesional nuestro Colegio y mejorar los que hacen falta para que nuestro Instituto se mantenga fuerte y unido, pensando en todo momento

en trabajar para toda la membresía desde una perspectiva de apertura e inclusión; esta decisión no fue fácil tomarla, pero cuento con el respaldo de quienes más necesito a mi lado para poder cumplir con mis objetivos, mi familia y desde el 15 de junio de los colegas que votaron por mí y me dieron el honor de ser el Presidente del Consejo Directivo 2020 - 2021.

¿Qué estrategias implementará para impulsar la participación de los socios en el CCPY?

Desde mi candidatura para ocupar el cargo de Presidente planteé el trabajo organizado del Consejo Directivo en tres Ejes Prioritarios: el primero Desarrollo Profesional Continuo, el segundo Relaciones y Difusión y el tercero Finanzas y Administración; en cada uno de ellos diseñé estrategias que estoy seguro nos permitirán impulsar la participación de los asociados del Colegio considerando el ofrecimiento de eventos técnicos de alta calidad con precios accesibles, garantizando la oportunidad de la actualización profesional de los asociados, preparándolos para participar en un entorno global cada vez más exigente, así como continuar con el posicionamiento de nuestra institución fortaleciendo la representatividad del Colegio como referente de opinión ante la sociedad y enfocando nuestros esfuerzos para lograr la autosuficiencia financiera, mediante el adecuado manejo de los recursos, buscando su eficiencia y eficacia dentro de un marco de optimización y austeridad.

Adicionalmente, propiciaremos el acercamiento del Consejo Directivo a todos los asociados, propiciando una comunicación permanente e incluyente a través de la cual escucharemos las sugerencias y atenderemos algunas de las situaciones particulares que tengan; una de las primeras acciones que estamos realizando es la atención a la crisis financiera por la que atravesamos, mediante el cobro de la cuota temprana dando oportunidad para que esta pueda ser pagada hasta el último día del trimestre que corresponda.

De igual manera, estaremos propiciando la participación de los asociados en cualquiera de las 23 Comisiones Consultivas y de Trabajo con las que contamos en el Colegio en la que los asociados puedan continuar su desarrollo profesional.

¿Cómo considera ampliar el nivel de audiencia de los cursos, coloquios, etc. bajo el nuevo formato de conferencias virtuales?

Como sabemos los que participamos en las actividades del Colegio, hasta antes de este 2020 no teníamos dentro de la gama de nuestros servicios la opción de ofrecer capacitación en línea, pero ante los tiempos difíciles también se abren oportunidades y este ha sido el reto y la oportunidad para el Colegio para estar a la vanguardia y ofrecer este tipo de capacitaciones. Hemos tomado la tecnología como nuestra principal aliada y estamos siendo resilientes, creativos e innovadores, generando las condiciones que nos permitan cumplir con nuestros objetivos a pesar de las difíciles circunstancias por las que estamos atravesando. Considero que gracias a esta opción se ha abierto la oportunidad de contar con expositores de talla nacional e internacional con lo que continuaremos ofreciendo capacitación de calidad con temas actuales que nos permitirán seguir garantizando que nuestros asociados están plenamente capacitados para afrontar los retos que cada vez son más grandes y a su vez estos sean los que marquen la diferencia con sus clientes para que con sus servicios propicien la eficiencia y eficacia económica que nos caracteriza como profesionales.

¿Qué medidas adoptará para mantener y maximizar el prestigio y calidad de nuestro Colegio derivado de la contingencia que estamos pasando en estos momentos?

En estos tiempos tan difíciles en los que nos está tocando vivir, estamos llamados a adaptarnos a la nueva normalidad y a los cambios que esto conlleva y uno de los principales retos a los que nos enfrentamos es precisamente el de mantener nuestro prestigio y calidad de nuestros servicios, sin embargo, estoy seguro que vamos por buen camino y seguiremos encaminados para fortalecer a nuestra institución.

Daremos continuidad a nuestra participación en los foros consultivos, mesas de trabajo, asambleas, y en todos aquellos espacios en los que podamos aportar nuestros conocimientos y experiencia siendo el referente de opinión que sirva a nuestra sociedad.

Por otra parte, el Colegio lo formamos todos los asociados y nuestra capacitación siempre será un referente de calidad y prestigio, por lo que estamos trabajando en estrategias que contribuyan al crecimiento Profesional y Humano de todos los asociados; mi objetivo central será siempre trabajar incansablemente por un Colegio fuerte y unido, donde la participación sea amplia e incluyente donde el trabajo conjunto haga que nuestro Colegio de Contadores Públicos de Yucatán nos siga llenando de orgullo y satisfacción.

Con base a la experiencia vivida como miembro del Consejo - Directivo 2019 - 2020 saliente, ¿Cuáles considera que son los objetivos prioritarios por cumplir en el inicio de su gestión?

Considero que los objetivos prioritarios con los que iniciaré mi gestión son básicamente 3:

El primero es lograr la asamblea para actualizar y reformar nuestros estatutos, para lo cual estaré trabajando de manera conjunta con el Consejo Directivo y las Comisiones de nuestro Colegio, cada vez se hace más necesario contar con un pacto social vanguardista que nos dé certeza y garantía de nuestro actuar.

En segundo, si bien es necesario considerar la austeridad, también lo es atender nuestra responsabilidad social y en este sentido, invertiremos en mejorar la imagen del Colegio adecuando las instalaciones para poder servir a todos nuestros asociados y a nuestra sociedad cuando sea requerido, creando los espacios y medios necesarios para atender a las personas con capacidades diferentes, buscando contar entre otros con un elevador, que será adquirido bajo la autosuficiencia financiera que he venido platicando.

Y por último, pero no menos importante trabajaremos en la realización de los eventos icónicos como la Semana de la Contaduría y Maratón de Conocimientos que debido a las razones que todos conocemos nos hemos visto en la necesidad y responsabilidad de ir aplazando, pronto les daremos a conocer las formas y fechas en las que los estaremos llevando a cabo.

¿Cuál es su mayor reto como presidente del consejo directivo 2020 - 2021 del CCPY?

Desde mi perspectiva son varios retos a los que este Consejo Directivo estará enfrentándose y los que considero más relevantes son:

Incrementar y devolver a quienes lo han perdido el sentido de pertenencia y compromiso con el Colegio, para atenderlo, crearemos estrategias que nos permitan atender de una mejor manera las necesidades de capacitación de nuestros asociados; asimismo, trabajaremos en crear los mecanismos para aumentar los beneficios de ser miembro del Colegio volviendo a contar con la tarjeta de afiliación que brinde de manera adicional descuentos en algunos establecimientos con los que crearemos alianzas.

Otro de los grandes retos que enfrentamos es el de lograr incrementar el número de asociados que cumplan con la Norma de Desarrollo Profesional Continuo a la que estamos comprometidos todos los inscritos al Colegio. De igual manera trabajaré con el Consejo Directivo y Comisiones Consultivas para incrementar el número de Contadores Públicos Certificados ya sea de manera General o por Disciplinas y una de las primeras acciones será la de buscar ser sede de los exámenes de certificación, que si las condiciones sanitarias nos lo permiten será en el primer trimestre de 2021.

Por otra parte, queremos volver más vanguardista a nuestro Colegio, por lo que estamos trabajando en la sistematización de procesos aplicando la tecnología en lo que hacemos, lo que permitirá modernizarnos y mejorar nuestros servicios, pues considero que hoy más que nunca esta va ser una herramienta que nos permita atender las necesidades que están surgiendo por los tiempos que estamos viviendo.

En este sentido, uno de los procesos que queremos automatizar y con el que pretendemos mejorar la experiencia del asociado en nuestros eventos es la de las inscripciones de participación en los mismos, en la que el asociado podrá desde un clic en nuestra página Web inscribirse, hacer el pago de la cuota (para el caos de los eventos con costo), generar su factura, obtener el enlace para participar, bajar el material y eventualmente obtener la constancia de participación. Otra parte de este proceso consiste en crear un ingreso personalizado donde el asociado pueda visualizar toda su información con la que contamos en el Colegio, en este mismo apartado podrá consultar su estado de puntos y generar un previo de los formatos a presentar para evidenciar su cumplimiento a la Norma de Desarrollo Profesional Continuo, mismo que vendría prellenado con la información de los puntos que haya obtenido y que podrá completar con la información adicional con la que disponga.

Como mencioné, estos son los retos que en este momento considero más relevantes; sin embargo, como dijo el Dalai Lama "Siempre que hay un reto, también hay una oportunidad para afrontarlo, para demostrar y desarrollar nuestra voluntad y determinación" y esta será siempre la actitud del Consejo Directivo 2020 - 2021.

Formando los cuerpos y las mentes de las mujeres:

Van de Velde

INTRODUCCIÓN:

Van de Velde es el líder belga del diseño, fabricación y comercialización de lencería femenina de lujo. Fue fundada en 1919 por Achiel y Margaret Van de Velde y todavía es propiedad de la misma familia. La compañía se encuentra ubicada en la ciudad de Schellebelle (Wichelen). La compañía dedica todos sus esfuerzos y energía a construir marcas fuertes y complementarias lo que permite ofrecer a cada mujer lencería de alta calidad adaptada a ella, en términos de apoyo, efecto correctivo y apariencia. (vandevelde.eu)

Valuada en:
\$712,944 USD

Acciones:
7,496,250 56.3%
Posee la mayoría de adquisición

MARCAS

PRIMA DONNA



Lencería de lujo de ajuste perfecto para mujeres con curvas naturales.

MARIE JO



Lencería perfecta y vanguardista que honra y empodera a las mujeres

ANDRES SARDA



Extravagante, lencería sexy que irradia lujo y sensualidad

INNOVACIONES:

Probadores:

Se ha creado una aplicación que predice el tamaño del sujetador con una simple entrada visual.

Dentro del probador se cuenta con un espejo 3D que escanea el cuerpo, con un simple giro de 360°. Escanea más de 140 medidas al instante para determinar el tipo de cuerpo y el verdadero tamaño del sujetador.



Producto:

Investigación del efecto de un sostén en el cuerpo de una mujer a través del modelado científico y la tecnología de escaneo 3D. El resultado es un modelo de seno digital que permite un ajuste perfecto, basado en la forma personal del cuerpo de una mujer, a través de diversos entornos y aplicaciones de ajuste dentro y fuera de línea.



Diseño y manufactura:

Digitalización del diseño de principio a fin, desarrollo y producción utilizando tecnología 3D, nuevas técnicas de producción y modelos de negocio. Se basan en una lógica objetiva del tamaño del sujetador basada en el volumen de la copa del sujetador. Esta lógica se utiliza en el diseño de la colección para obtener un alto nivel de consistencia de tamaño.

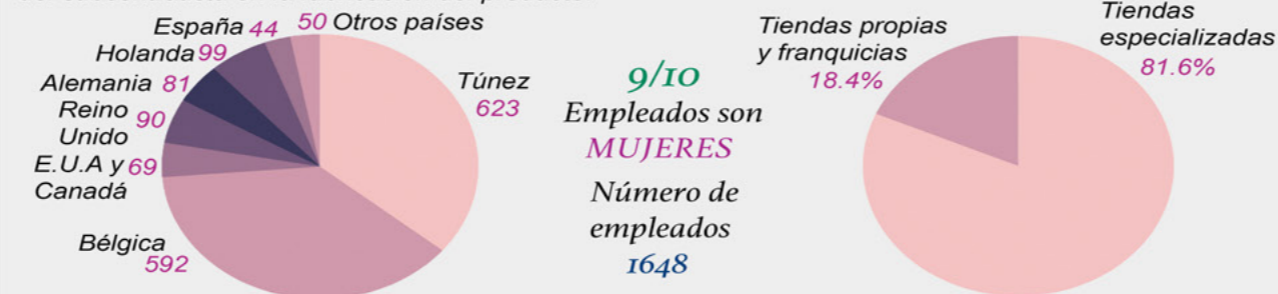


METODOLOGÍA:

Para la localización de la información, se realizó una búsqueda en el sitio web oficial de Van de Velde: <https://www.vandevelde.eu/en> en el apartado "About Van de Velde", así como una exploración en el buscador de Google, "Google Académico", utilizando palabras clave como: "Van de Velde", "Van de Velde brand", entre otras, esto se realizó durante el mes de abril del 2020. Uno de los documentos rescatados fueron: Cuyvers, L; Lenart, E. (1999). Relocation from industrial countries to Asia: Belgian case studies. 29 de Abril de 2020, de CiteSeerX Sitio web: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.7914&rep=rep1&type=pdf>, todo esto para complementar la información con la que ya se contaba, seleccionando solo las fuentes más fiables.

ACTIVIDADES PRINCIPALES Y EMPLEO:

Van de Velde crea empleos en Bélgica y en el extranjero. Los empleados en los sitios belgas de Schellebelle y Wichelen tienen el trabajo de mayor valor agregado, es decir, diseñan la lencería, a excepción de Andres Sardá, que está diseñando en Barcelona. Preparan la producción, realizan un control de calidad y aseguran la distribución oportuna a las tiendas de lencería de todo el mundo. El montaje se lleva a cabo en un taller en Túnez o en Top Form International, una empresa de fabricación con sede en Asia con la que Van de Velde tiene una asociación de 35 años y una importante participación de capital. La producción en China se ha vuelto más importante porque ofrece excelentes resultados con respecto a la calidad en condiciones interesantes. Por lo tanto emplea un acuerdo corporativo de subcontratación avanzada, al contar con la participación del subcontratista en la fabricación del producto.



CONCLUSIONES:

Van de Velde se ha proclamado la marca de lencería más vendida en Europa. Con su gran entusiasmo por construir marcas fuertes y complementarias, ha logrado que millones de mujeres amen usar dicha lencería de lujo.

La empresa maneja una inversión extranjera directa (IED) horizontal, de tal manera que el montaje se lleva a cabo en una empresa manufacturera con sede en Asia con la que Van de Velde tiene una asociación de 35 años y una importante participación de capital, de igual manera la marca Andrés Sardá, está diseñada en Barcelona y lleva su producción allí. Se dice que Van de Velde tiene una filosofía geocéntrica debido a que la sede principal y sus filiales colaboran para identificar y difundir mejores prácticas, además de que su producción es totalmente descentralizada ya que cuenta con fábricas en diversos países pero su principal es en Bélgica.

La empresa Van de Velde, tiene una cultura corporativa sana, ya que esta empresa crece cada año y sus empleados con ella. Para la contratación de estos se guían de un programa llamado "People for Groei, Groei for people", que significa Gente para crecer, crecer para la gente.

La clave de este programa se esconde en GROEI, que es crecer en holandés, y significan lo siguiente: G: Animo y manejar, R: Respeto, O: Oportunidad y espíritu emprendedor, E: Eficacia, I: "Las marcas Sardá tienen un rol como marcas premium internacionales en todo el mundo. Van de Velde ve grandes oportunidades de crecimiento para marcas en mercados existentes y nuevos" (Ignace Van Doorselaere, 2010). Es por eso, que actualmente, la marca es una de las favoritas en el sur de Europa.

REFERENCIAS:

- Cuyvers, L; Lenart, E. (1999). Relocation from industrial countries to Asia: Belgian case studies. 29 de Abril de 2020, de CiteSeerX Sitio web: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.7914&rep=rep1&type=pdf>
- Van de Velde (s.f.). autor: n/a sitio web: <https://www.vandevelde.eu/en>
- Van de Velde: Shareholders Board Members Managers and Company Profile (s.f.) autor: n/a sitio web: <https://www.marketscreener.com/VAN-DE-VELDE-6022/company/>
- Stock I Van de Velde Stock Price Today I Markets Insider (s.f.). autor: n/a sitio web: https://markets.businessinsider.com/stocks/van_de_velde-stock
- La firme de lingerie Van de Velde fabrique des masques buccaux - Le Soir (s.f.). autor: n/a sitio web: <https://www.lesoir.be/289298/article/2020-03-23/la-firme-de-lingerie-van-de-velde-fabrique-des-masques-buccaux>

HISTORIA



1919

Margaretha y Achiel Van de Velde abren una corsetería

1945-1980

Exportaciones a los países bajos de producción de lencería de alta gama bajo etiqueta privada

1990

Van de Velde adquiere la empresa Alemana "Prima Donna"

2001

Participación en la capital social de TopForm International.

2007

Alianza estratégica con la cadena minorista multimarca estadounidense Intimacy Management

2008

Adquisición de la firma española Eurocorset

2010

Adquisición de la cadena minorista Holandesa LinCherie

2011

Acuerdo de empresa conjunta Getz Bros, para operar y desarrollar Private shop en China y Hong Kong

2012

Adquisición de tiendas Donker en los países bajos.

2016

Apertura de Rigby & Peller Dubai en el Dubai Festival Mall

2019

Venta de participación en private Shop en China y Hong Kong a Getz

