Resumen

El objetivo de mi proyecto de investigación, es el determinar cuales son los factores que nos permitan concluir que las franquicias americanas de Fast-food encuentran mayores oportunidades en la cultura mexicana, que parece más atraída al concepto, que la cultura francesa, que parece más difícil a dejarse penetrar.

Se analiza la cultura de empresa mexicana y francesa con respecto a la cultura de empresa americana, así como al consumidor mexicano y francés con el americano. Finalmente se determinan cuales son los problemas que encuentran los actores principales de una franquicia en términos de contrato.

Palabras clave en español :

Cultura
Cultura de empresa
Contrato de franquicia
Consumidor
Franquicia
Reglamentación de franquicia

Pabras clave en Francés :

Culture
Culture d'entreprise
Contrat de franchise
Consommateur
Franchise
Réglamentation de franchise