



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE DERECHO

**TEMA: LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA
SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Abogada de los
Juzgados y Tribunales de la República del Ecuador**

AUTOR:

ANDREA ELIZABETH LÓPEZ VAQUERO

TUTORA:

ABG. MG. JEANETTE JORDÁN

Ambato – Ecuador

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

La Suscrita Abg. Mg. Jeanette Jordán, CERTIFICA: Que la señorita Andrea Elizabeth López Vaquero portador/a de la CC 1850031210 habilitada para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: **“LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”**, previo a la obtención del título de Abogada de los Juzgados y Tribunales del Ecuador; por lo que, en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 18 Diciembre 2019



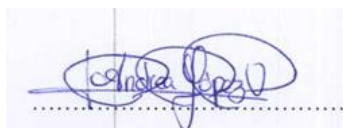
Abg. Mg. Jeanette Jordán

TUTORA TRABAJO TITULACIÓN

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los criterios emitidos en el Trabajo de Investigación: **“LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”** como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 18 Diciembre 2019



Andrea Elizabeth López Vaquero

CC. 1850031210

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”** presentado por la señorita Andrea Elizabeth López Vaquero de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato,

Para constancia firman:

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

DEDICATORIA

El presente trabajo de graduación está dedicado a Dios y a mi familia quienes han sido pilar y apoyo incondicional durante mi vida estudiantil.

Andrea Elizabeth López Vaquero

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a los Docentes y Autoridades de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la prestigiosa Carrera de Derecho, por impartir tan valiosos conocimientos para mi formación profesional.

Gracias

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PAGINA
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
EXECUTIVE SUMMARY.....	xii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes investigativos	1
1.1.1 Historia De La Franquicia.....	1
1.1.2 La Franquicia en el Ecuador	3
1.1.3 Componentes que intervienen en la franquicia	4
1.2 De Las Partes.....	6
1.2.1 Franquiciante o Franquiciador	6
1.2.2 Características del franquiciante	6
1.2.3 Franquiciado o Franquiciatario	6
1.2.4 Características del franquiciado	7
1.2.5 Know how	7
1.2.6 Marca Comercial.....	7
1.2.7 Imagen.....	8
1.2.8 Identidad Corporativa.....	8
1.3 Marco Legal.....	9

1.3.1	Código de Comercio	9
1.3.2	Código Civil.....	10
1.3.3	Código Orgánico De La Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación.....	11
1.4	Tipos de Franquicias.....	12
1.4.1	Master.....	13
1.4.2	Regional	13
1.4.3	Múltiple.....	13
1.4.4	Corner.....	13
1.5	Otras normas aplicables.....	13
1.6	El Contrato de Franquicia.....	14
1.6.1	Características del contrato de franquicia	15
1.6.2	Principales clausulas dentro de un contrato de franquicia	16
1.6.3	Ventajas para el franquiciado.....	19
1.6.4	Desventajas del franquiciado	19
1.7	Seguridad Jurídica del franquiciado	20
1.7.1	Causas de la terminación del contrato de franquicia.....	21
1.7.2	Riesgos para el franquiciado	22
1.8	Objetivos.....	24
1.8.1	Objetivo General	24
1.8.2	Objetivos específicos	24
CAPÍTULO II		25
METODOLOGÍA		25
2.1.	Enfoque de la investigación.....	25
2.2.	Modalidad de la investigación.....	25
2.3.	Técnicas.....	27
2.4.	Instrumentos a utilizar en la investigación	27

CAPÍTULO III.....	28
RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	28
3.1. Análisis y discusión de los resultados.....	28
3.2. Población y muestra.....	28
3.3. Entrevistas realizadas a los particulares franquiciados.....	29
3.4. Entrevista realizada a Abogados especialistas en franquicias.....	35
3.5. Entrevista realizada a Representante de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (AEFRAN) y Ecuaf franquicias.....	47
3.6. Verificación de hipótesis.....	54
CAPÍTULO IV.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
4.1. Conclusiones.....	55
4.2. Recomendaciones.....	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXO.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Franquicias en Ecuador.....	4
Tabla 2: Características del contrato de franquicia.....	16
Tabla 3: Termino del contrato por Alteración del Know How	22
Tabla 4: Termino del contrato por muerte de una de las partes	22
Tabla 5: Riesgos del franquiciado.....	23
Tabla 6: Entrevista Particulares franquiciados.....	29
Tabla 7: Entrevista Particulares franquiciados.....	32
Tabla 8: Abogados especialistas en franquicias.....	36
Tabla 9: Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuaf franquicias.	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1: Elementos del contrato.....	5
Ilustración 2: Consulta de causa.....	46
Ilustración 2: Detalle de consulta de causa	47

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE DERECHO

TEMA: “LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”.

AUTOR: Andrea Elizabeth López Vaquero

TUTORA: Abg. Mg Jeanette Jordán

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar el grado de afectación a la seguridad jurídica de la parte contractual considerada la más débil que es el franquiciado, para lo cual se aplicó el instrumento de investigación de la entrevista. Así mismo se analizan las cláusulas dentro de la suscripción de un contrato de franquicia, los sucesos a ocurrir posteriormente en los mismos, controversias dentro de la relación franquiciante / franquiciado o las posibles contingencias a suscitarse; el alcance de la legislación ecuatoriana al amparo de los derechos del franquiciado, ya que el mismo es dueño de las licencias que se le proporcionen, pero no de la marca en sí.

El impacto de esta investigación es a nivel nacional ya que en todo el Ecuador se desarrolla este tipo de actividades comerciales, contando con el factor fundamental que es hacer posible evidenciar las falencias finalmente contribuir a generar certeza jurídica a las partes.

PALABRAS CLAVES: FRANQUICIADO, SEGURIDAD JURÍDICA, KNOW HOW, CONTRATO, RIESGO

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF JURISPRUDENCE AND SOCIAL SCIENCES
LAW CAREER

AUTHOR: Andrea Elizabeth López Vaquero

TUTOR: Abg. Mg Jeanette Jordán

SUBJECT: "THE FRANCHISE CONTRACTS AND THE RIGHT TO
LEGAL SECURITY OF THE FRANCHISEE"

EXECUTIVE SUMMARY

He present research work was carried out with the objective of determining the degree of affectation to the legal security of the determined contractual part, the weakest that is the franchisee, for which the investigation instrument of the interview was applied. Likewise, the clauses within the subscription of a franchise agreement, the events to the subsequent repetition in them, the controversies within the franchisor / franchisee relationship or the possible contingencies to be raised are analyzed; the scope of Ecuadorian legislation under the protection of franchisee rights, since it owns the licenses provided to it, but not the brand itself.

The impact of this research is at the national level and throughout Ecuador this type of commercial activities is developed, contacting the fundamental factor that is making it possible to demonstrate the shortcomings will finally contribute to generating legal certainty to the parties.

KEY WORDS: FRANCHISED, LEGAL SECURITY, KNOW HOW, CONTRACT, RISK

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

En el presente apartado se exhiben varios antecedentes teóricos y fundamentos jurídicos que interviene en el tema de investigación, la autora plantea en dos perspectivas el desarrollo de la investigación, los cuales son: contrato de franquicias y la seguridad jurídica del franquiciado, además se detallan varios elementos para obtener una mejor comprensión del tema expuesto a continuación.

1.1 Antecedentes investigativos

1.1.1 Historia De La Franquicia

Anzola (2016) menciona que las franquicias como modelo de negocio tienen su origen en Francia en la era medieval donde se realizaron acuerdos entre el rey y los ayudantes (cartas francas) para desarrollar varias actividades relacionadas con la ciudad y el estado. El origen del término franquicias proviene del término francés “*franch*” que significa libre y antecede al término '*franchise*' que en la era medieval fue usado como sinónimo de privilegiado.

Osta (2016) afirma que dentro de la iglesia católica se realizaban acuerdos con varios individuos, en donde se les autorizaba la recolección de diezmos y recibían como pago parte de lo recaudado, el término desaparece tiempo después de la revolución francesa al igual que los acuerdos concedidos a los nobles. Existen varias versiones acerca del origen de las franquicias, dos de ellas son las más conocidas, afirman que su origen procede de Alemania y la otra versión que da su origen en los Estados Unidos, las cuales se presentan a continuación.

Morejón (2015) asegura que los primeros supuestos que antecede a las franquicias en Estados Unidos muy probablemente inicia con el otorgamiento de licencias a particulares vía legislativa para la explotación, de esta manera, el gobierno de los Estados Unidos en aquella época mediante el modelo de franquicias permitía el desarrollo de los servicios públicos a la población de manera rápido y sin dinero del Estado o fondos públicos.

El primer sistema de franquicia comercial privado aparece también en los Estados Unidos con la empresa Singer (Sewing Machine Company) Isaac Singer dueño de la empresa, al verse limitado por la capital que poseía y la gran cantidad de demanda que compraba su maquinaria tomó una decisión que para aquella época no iban acorde a su necesidad, creando un nuevo sistema de licencias la cual consistía en que “comerciantes de todo el mundo consiguieran vender su maquinaria” (Canudas, 2015, p. 1). De esta manera la empresa logró adquirir un crecimiento exponencial, y el modelo fue aplicado por diferentes empresas de la época, tales como: Ford, General Motors seguidas de Coca cola, entre otras (Suárez & Ovalles, 2016).

Por otro lado, autores afirman que el origen del modelo de negocio de franquicias inicio en la Alemania antigua, en donde, los fabricantes de cervezas concedían los derechos a las tabernas privadas para comercializar su producto. En base a lo antes mencionado es evidente que las franquicias no es el resultado del ingenio de una sola persona, son evoluciones que aportaron los empresarios en cada una de las situaciones que se presentaba, la evolución de las franquicias se identifica en tres etapas.

Según lo afirma el estudio Canudas (2015) el cual menciona las tres generaciones de franquicias que son:

Dentro de la **primera generación** el franquiciante licencia su marca al franquiciado el cual puede distribuir el producto del franquiciante sin exclusividad, es decir, el franquiciante puede encontrar su producto en otros locales minoristas que no pertenecen al franquiciado, posteriormente la **segunda generación** se da la exclusividad únicamente al franquiciador que compró los derechos al franquiciante, finalmente, la **tercera generación** se

añade a través de la licencia de la marca el traspaso del conocimiento operacional dentro del modelo del negocio, presentes en asesoramiento más conocido como *know how* (p.4).

1.1.2 La Franquicia en el Ecuador

Borsic (2017) en el caso ecuatoriano la historia de las franquicias inicia con la empresa Martinizing convirtiéndose en la primera franquicia en el Ecuador iniciando sus actividades el 8 de marzo de 1967, posteriormente en el año de 1975 llegarían al Ecuador Kentucky Fried Chicken (KFC), en 1982 Pizza Hut y en el año 1986 Tropi Burger, en los años posteriores iniciaría un crecimiento en el número de franquicias que abrían sus operaciones en el Ecuador, principalmente en los sectores de lavanderías, comida rápida, farmacéutica e inmobiliarias.

Para Torres & Moreira (2017) en el año 2013 la Asociación Ecuatoriana de Franquicias o por sus siglas AEFran menciona que el sector más comercializado en franquicias es el sector de servicios representando el 37% del total de las franquicias (véase gráfico 1) seguidamente del sector de alimentos con el 36%.

Gráfico 1: Sectores de Franquicias



Fuente: International Business Publications (2013)

Actualmente el Ecuador no posee una fuente directa sobre datos estadísticos que existe en el número total de las Franquicias y los beneficios que aportan, por ejemplo,

empleos y pago de impuestos, “se estima que alrededor del 83% de las franquicias en el Ecuador son internacionales” (Ekosnegocios, 2013, p. 3), sin embargo, datos recolectados por entidades privadas resumen que en el Ecuador existe 300 franquicias de las cuales el 20% son nacionales según AEFRRAN (2019) las cuales en el año 2018 son alrededor de 2.355 establecimiento pertenecientes a franquicias y generaron de 9800 empleos en el año 2013 a 12.114 fuentes de empleo para el año 2018 (Aigaje & Borsic, 2018), por lo antes mencionado las actividades económicas realizadas generan cierto nivel de progreso en la economía nacional se estima que las franquicias en el Ecuador mueve alrededor de 946 millones de dólares al año en aportes tanto en la generación de empleo y pago de impuesto lo que contribuye al crecimiento económico.

Ecuador es uno de los mercados potenciales a nivel internacional sobre la apertura de nuevas franquicias, actualmente las marcas comerciales en dominar el top 10 del ranking de franquicias en Ecuador que cuentan con mayor la rentabilidad según AEFRRAN (2019), mismas que se detallan a continuación.

Tabla 1: Franquicias en Ecuador

Rank	Nombre de la Franquicia	Country
1	McDonalds	Estados Unidos
2	SUBWAY	Estados Unidos
3	KFC	Estados Unidos
4	Burger King	Estados Unidos
5	Pizza Hut	Estados Unidos
6	7 Eleven	Estados Unidos
7	Wyndham Hotels and Resorts	Estados Unidos
8	InterContinental Hotels and Resorts	Estados Unidos
9	Hilton Hotels & Resorts	Estados Unidos
10	Marriott International	Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia en base Cabrera (2017)

Elaborado por: López (2019)

Con respecto a las franquicias nacionales están compuestas principalmente por la industria farmacéutica (Fybeca, Sana Sana, Cruz Azul, Economicas, entre otras.), comida rápida (Pollos Gus, Fast Chicken, entre otros), Supermercados, (Supermarket), tiendas de electrodomésticos (Comandato y Japón) (International Business Publications, 2013).

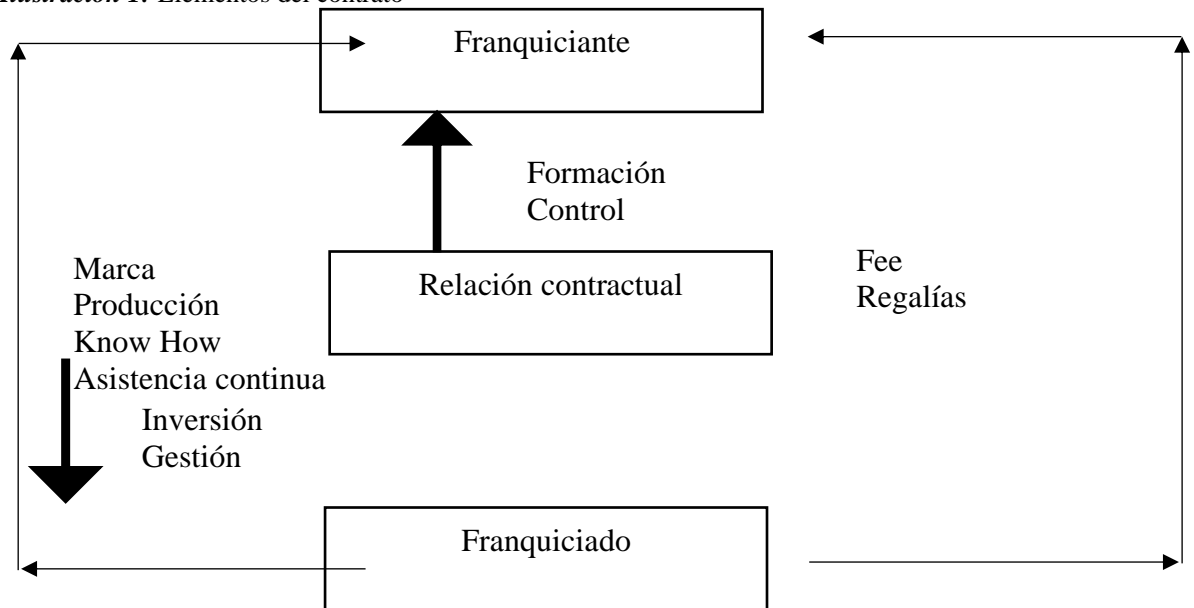
1.1.3 Componentes que intervienen en la franquicia

Concepto de franquicia

La creación de la franquicia es una nueva forma comercial, en donde la parte el franquiciante cede a el otro parte franquiciado el derecho al uso de la marca y de su modelo de negocio a cambio de una contraprestación económica (Grau A. , 2017). El franquiciado realiza un pago al franquiciante adquiriendo el derecho inicial y consecutivamente otorga regalías tomando el riesgo financiero y comercial del negocio, al mismo tiempo ambas partes se comprometen a realizar intercambio monetario o de capital intelectual como es el caso del **Know Hown** (véase ilustración 1).

Flujograma de la dinámica contractual

Ilustración 1: Elementos del contrato



Fuente: Canudas (2015)

Elaborado por: López (2019)

1.2 De Las Partes

1.2.1 Franquiciante o Franquiciador

El franquiciado es la persona propietaria de una determinada marca de comercialización de un bien o servicio, que mediante la concesión de derechos a través de un contrato transfiere el uso de la marca, distintivos y organización perteneciente a su modelo de negocio (Huerdo, 1989, p.8).

Es una persona física o jurídica que ha establecido una marca comercial ya acreditada, con su producto o servicio debidamente instalada en el mercado, la cual cede a otro a cambio de determinadas compensaciones económicas (Entrepreneur, 2019). Para Calderón (2015) define las características del franquiciante como:

1.2.2 Características del franquiciante

- El franquiciante posee una empresa consolidada, estructurada y madura, por lo tanto, a lo largo de su recorrido empresarial a permito cultivar un modelo de negocio robusto y amplio conocimiento del cual puede asesorar mediante la comercialización del Know How.
- Posee una ventaja competitiva a comparación de otros competidores.
- Posee un modelo de negocios que reduce el riesgo al fracaso, generando mayor confianza al nuevo emprendedor.
- Posee el potencial de crecimiento.
- La marca del negocio es reconocida dentro del mercado.

1.2.3 Franquiciado o Franquiciatario

El **franquiciado** o contraparte corresponde a una persona física o jurídica a la que se le prestan los servicios, es decir es un empresario que ha decidido iniciar actividades comerciales en asociación con el franquiciado (Flores & Gaytán, 2018). Cuyo objetivo es apertura un negocio que ha sido comprobado disminuyendo los niveles de riesgos

y se compromete a cumplir con las obligaciones del acuerdo con lo requerido por la marca y los términos del *Know How*.

Como lo menciona Morales & Alvarez (2014) el franquiciado “gozará de los beneficios de la marca y asistencia técnica que recibirá en las capacitaciones para organizar y manejar el negocio por parte del franquiciado” (p.332).

1.2.4 Características del franquiciado

- Conoce las reglas de juego del negocio.
- Tiene vocación por el emprendimiento y está dispuesto a seguir instrucciones.
- Tiene alto compromiso con la identificación de la marca.
- Capacidad para aprender y adoptar habilidades empresariales básicas.
- Debe ser honesto con sus capacidades financieras, habilidades gerenciales y conocimiento del mercado.
- Respetar las condiciones de confidenciales.

1.2.5 Know how

Es la esencia de la empresa puesto que es el saber hacer; por lo general es de carácter secreto ya que incluye la forma de fabricación o ingredientes de los productos, o también la forma original y propia de ofrecer servicios.

Como lo define Banda (2016) es el conjunto de capacidades y conocimientos que le permiten a una empresa o a una persona desarrollar una actividad o un proyecto con experiencia

1.2.6 Marca Comercial

Se entiende como marca al signo que distingue a los productos o servicios entre sí, puede representarse mediante símbolos, logotipo, diseño, palabras o números.

Dentro de lo correspondiente al nombre comercial el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación determina que cualquier signo que se indicado para identificar a una persona o establecimiento mercantil en el ejercicio de su actividad económica y sea capaz de distinguirla de las actividades similares.

1.2.7 Imagen

Para Canudas (2015) es la representación figurada de un modelo original, de algo preexistente, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, que tienen la capacidad de influir en el comportamiento de los consumidores y modificarlo.

Por otro lado, Sáenz (2016) el conjunto de rasgos característicos que distinguen a una empresa forma su personalidad, siendo ésta el resultado de un efecto o conjunto de la filosofía, la estrategia y la cultura de la empresa, que se puede traducir como la manera propia y original de desarrollar su actividad. Cuando la empresa define su personalidad está definiendo su imagen.

1.2.8 Identidad Corporativa

La identidad corporativa de la empresa influirá directamente sobre la imagen de la misma, por eso ésta ha de definir normas de utilización, que expresen visualmente sus atributos y la identificación, Así, el manual de identidad corporativa es un libro de normas de aplicación de la identidad de la empresa (Grau A. , 2017).

Ésta ha de contener las soluciones a los posibles problemas gráficos, visuales o audiovisuales de la empresa, y ha de distribuirse y explicarse entre el personal clave de la empresa para garantizar su adhesión y su éxito (Rodríguez, De la Ballina y Santos, 2015).

1.3 Marco Legal

El marco legal con el que se maneja las franquicias en el Ecuador es:

1.3.1 Código de Comercio

Conforme al registro oficial N.- 497 de fecha 29 de mayo del 2019 se publica la reforma al Código de Comercio del Ecuador en el cual se establecen normas generales a la franquicia desde su definición hasta los deberes y derechos de las partes, es así que dicha norma estipula que, el contrato de franquicia se otorgará por escrito e incorporándose los anexos que pertinentes describir con precisión el alcance de la operación de la franquicia. Salvo disposición en contrario y respecto de las autoridades del país cuando estas lo requieran en cumplimiento de sus fines, o en procesos judiciales o arbitrales, estos últimos que serán reservados, los términos del contrato de franquicia se entienden confidenciales para las partes y para las autoridades.

Además, el contrato de franquicia deberá comprender, al menos, a) Identificación precisa y actualizada de las partes, nombres y apellidos, b) Describir el contenido y características de la franquicia, c) Duración del contrato, así como las condiciones de renovación y modificación del mismo, d) La determinación de la retribución que debe percibir el franquiciante, e) Las garantías de cumplimiento que debe otorgar el franquiciado, f) Los términos de confidencialidad.

Es implícito que el contrato de franquicia posee como característica la confidencialidad por parte del franquiciado, “se entiende como confidencial a lo relativo a una revelación secreta” (Olivares, 2016, pág. 61), con lo referente a la información que se le otorga en la etapa pre y post contractual. Mediante el contrato de franquicia permite la explotación de la propiedad intelectual del modelo de negocio, es decir, utilizar el nombre comercial, los símbolos, tales como rótulos o signos distintivos, uniformes, medios de transporte señaléticas, según lo estipulado en el objeto del contrato, de la siguiente manera.

La relación que se pactan mediante un contrato de franquicia compromete la comunicación y la supervisión en la toma de decisiones por parte del franquiciante al franquiciado en la asesoría técnica, además dentro de otros detalles específicos, tales como, el no competir con un nuevo negocio similar a las actividades económicas en las que se desenvuelve la franquicia. Por otro lado, el franquiciado se compromete a cumplir de manera estricta la metodología al funcionamiento del negocio, y de indemnizar al franquiciante en caso de provocar daños o perjuicios que afecten al nombre comercial de la franquicia. Mantener el establecimiento de acuerdo a las normas establecidas que definen la imagen corporativa

Para el uso de la propiedad intelectual se deberá ajustar a lo dispuesto en la normativa de propiedad intelectual **Art. 573**, además, es necesario para el franquiciado de inicio al negocio poseer de los manuales de operaciones o de funcionamiento, siempre y cuando se prevea dentro del contrato de franquicia. **Art. 574**.

El franquiciante se compromete a desarrollar fielmente el modelo de negocio establecido para el franquiciado de acuerdo al contrato, por el contrario, el franquiciado no podrá hacer modificaciones dentro del modelo del negocio sin previa autorización del franquiciante.

1.3.2 Código Civil

Es fundamental tener presente al código civil ya que de él derivan las principales obligaciones especialmente del libro cuarto perteneciente a los contratos, definiendo a los mismos como una convención por la cual las partes se obligan a hacer, no hacer o dar alguna cosa (Art.1454). Cada tipo de contrato contiene elementos de fondo propias de su esencia como los efectos que conlleva el mismo y elementos accidentales como las cláusulas especiales.

Cabanellas (2012) define al contrato como acuerdo de dos o más personas sobre un objeto de interés jurídico; constituye una especie particular de convención, cuyo carácter propio consiste en ser productor de obligaciones.

Se toma como norma supletoria al código civil puesto a que el contrato de franquicia hace poco ha dejado de ser innominado y por ende ciertas cláusulas se rigen a los contratos en general, como ejemplo de las obligaciones que nacen del concurso real de la voluntad de dos o más personas, objeto y causa lícita, así como el efecto de las obligaciones (Art. 1561)

Cabe recalcar que como lo estipula el mismo código civil en su Art 1577 respecto de la interpretación de los contratos se determina que por más generales que sean los términos de un contrato, solo se aplicará lo referente a la materia sobre la que se ha contratado, he aquí una de las importancias por lo que dentro del ámbito comercial debería existir una regulación mucho más amplia respecto de las franquicias.

Por ende, la diferencia entre un contrato civil y un contrato mercantil ya que en el segundo es netamente oneroso destinando su objeto al rédito económico.

1.3.3 Código Orgánico De La Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación

Normativa aprobada el 9 de diciembre 2016, suplantando a la Ley de Propiedad Intelectual, con la que se busca cambiar la matriz productiva del conocimiento, creación impulso e innovación de tecnologías y la propiedad intelectual, es así que referente a las franquicias la propiedad intelectual está estrechamente ligada ya que una marca debe estar registrada, así como su correspondiente patente la cual se otorga para toda invención sea de producto o procedimiento. Una persona o establecimiento mercantil podrá tener más de un nombre comercial. Pueden constituir nombre comercial, entre otros, una denominación social, razón social u otra designación inscrita en un registro de personas o sociedades mercantiles. (ART.415)

El titular del nombre comercial podrá registrar ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales, el registro tendrá carácter declarativo. El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial solamente se adquirirá en los términos previstos en el inciso anterior (Art 416).

En los casos en que se alegue o se pretendiere reconocer el derecho exclusivo sobre un nombre comercial, se deberá probar su uso público, continuo y de buena fe.

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI, antes Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI) puede ordenar medidas cautelares como prohibición del uso de la marca o de la comercialización de productos en los casos en los que se violen los derechos de propiedad intelectual.

“Las marcas son signos que identifican productos o servicios. Para poder adquirir el derecho sobre una marca, un signo, es necesario que se haga un registro. Si no se registra, no existe”, explica Santiago Cevallos, director de la entidad.

El SENADI recibió el año pasado 700 denuncias sobre propiedad intelectual, incluido el tema de marcas. Los afectados también pueden reclamar daños y perjuicios por la vía civil o penal.

Los pequeños comerciantes desconocen los principales requisitos para lucrar a partir de la venta de productos con marca extranjera o por falta de recursos no adquieren las licencias correspondientes.

1.4 Tipos de Franquicias

El Código de Comercio menciona en su Art. 559 que las franquicias pueden ser de productos o de servicios: Las franquicias de productos pueden autorizar la fabricación o producción de determinado producto para su eventual comercialización; o, solamente su comercialización las franquicias de servicios pueden autorizar al tomador que preste determinado servicio bajo el nombre del otorgante y bajo las prácticas comerciales de éste, adicionalmente, se reconocen otros tipos de franquicias que las partes puedan establecer, como aquellas franquicias que comprenden una unidad completa de comercialización y explotación.

De la misma forma Villagrán (2017) determina los modelos de franquicia de la siguiente manera:

1.4.1 Master

Se entiende como **franquicia master** como la modalidad en la cual el franquiciante concede al franquiciado la potestad de explotar una franquicia, es decir, otorga subfranquicias o franquicias unitarias dentro de un determinado territorio (AEFRAN, 2015, P.2).

1.4.2 Regional

La **franquicia regional** o por sus sinónimos área developer o impulsor del área, es el contrato en el cual el franquiciante concede el derecho de instituir una cantidad determinada de franquicias dentro de una localidad determinada (AEFRAN, 2015, P.2).

1.4.3 Múltiple

Hace referencia cuando el franquiciado posee la apertura del franquiciante a poseer varias unidades de la misma marca (AEFRAN, 2015, P.2).

1.4.4 Corner

Cuando el punto de franquicia es instalado dentro de un negocio principal (AEFRAN, 2015, P.2).

1.5 Otras normas aplicables

Como se ha indicado a lo largo del presente estudio la regulación expresa del contrato de franquicias en ocasiones especiales se encuentra reducido a brindar respuestas claras dejando a espacios abiertos para juicios de valor, en aquellas ocasiones se considera aplicables los siguientes manuales que sean establecido algunas organizaciones de comercio internacional.

- Guía para los acuerdos principal internacional

- Modelo de ley de divulgación de franquicias (UNIDROIT)
- Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial (México)
- Regulación del Federal Trade Commission expedida en 1979 (Disclosure requirements and Business Opportunity Ventures) Estados Unidos.

1.6 El Contrato de Franquicia

El **contrato** celebrado por el inicio de la actividad comercial que se realiza entre el franquiciante y el franquiciado en “el cual se refleja la autorización franquiciante para que el franquiciado utilice la marca y el *know how* de la empresa, y además las obligaciones acordadas” (Grau, 2017, p. 1). Es necesario señalar dentro del contrato de franquicia la retribución económica en favor del franquiciante, según lo estipula el Código de Comercio expedido en el año 1906, se entiende como contrato de franquicia de la siguiente manera:

La franquicia es un contrato en virtud del cual una de las partes, denominada el franquiciante u otorgante, en calidad de titular de un negocio, nombre comercial, marca u otra forma de identificar empresas, bienes o servicios, o de un bien o servicio, otorga a otra, llamada franquiciado o tomador, la posibilidad de explotar comercialmente, sus derechos de propiedad intelectual, secretos empresariales, entre otros derechos, así como las actividades que se desarrollan con tal nombre, marca u otra identificación o bienes o servicios, dentro de los términos que se especifiquen en el contrato, a cambio de una retribución económica (**Art. 558**).

El contrato de franquicia tiene por objetivo la transferencia de “bienes, servicios, propiedad intelectual e industrial y conocimientos” (Villagrán, 2018, pág. 2) con el objetivo de explotarlo comercialmente y beneficiar a ambas partes que intervienen en el contrato (franquiciante y franquiciado), además, se entenderá que en el acuerdo de franquicia se concede el permiso del uso de nombres comerciales al adquirente y la transferencia del **know how**. En otras palabras, es un método de colaboración entre un empresario con deseos de iniciar su negocio mediante una asociación con un franquiciante los cuales son independientes.

La estructura que conforma un contrato de franquicia está constituida mediante cláusulas que comprometen tanto al franquiciante como al franquiciado y se encuentran alineados mediante los reglamentos de ley vigentes en cada país.

En el Ecuador se aplican normas supletorias como el Código Civil, Código de Comercio, Código Orgánico de la Economía social de los conocimientos, creatividad e innovación, en donde se manifiestan disposiciones legales relativas a los contratos, además con lo referente a marcas, patentes y nombre comercial, los cuales se detallan más adelante. La estructura del contrato de franquicia se encuentra formada por las siguientes cláusulas:

1.6.1 Características del contrato de franquicia

Conforme a los reglamentos vigentes en cada país la celebración de un acuerdo comercial del tipo franquicia se lo celebra mediante un contrato escrito en el idioma oficial del país en el cual se especifican los convenios, compromisos pactados, avenencias y acuerdos entre el franquiciante y el franquiciado.

El contrato de franquicia facilita la comercialización de productos o servicios disminuyendo el riesgo de inversión mediante un sistema de negocio ya establecido, sin embargo, no es posible enfocarse en un modelo general del contrato de franquicias debido a que se ajusta a cada legislación en donde se ejecute. Entrepreneur (2019) menciona algunas de las características que el contrato de franquicia que deben poseer:

Tabla 2: Características del contrato de franquicia

Oneroso	Ya que una de las partes (franquiciatario) obtiene una ventaja a cambio de una contraprestación en dinero a favor de la otra (franquiciante).
Conmutativo	Porque desde el momento de la celebración cada una de las partes conoce las obligaciones y ventajas que le corresponde
No formal	No se exige ninguna forma específica en que deba ser instrumentado
Atípico	No se legalmente regulado ni en el Código civil o ley nacional, esto debido a que carece de regulación expresa
Consensual	Se perfecciona y genera los efectos jurídicos correspondientes desde el momento en que las partes manifiestan su consentimiento
Bilateral	Porque cada una de las partes se encuentra obligada respecto a la otra existiendo prestaciones recíprocas para cada una.
Tracto Sucesivo	Las obligaciones que se generan para cada parte no se agotan en el momento de la celebración del contrato, sino que perduran más allá de éste.
Exclusivo	El franquiciador se encuentra obligado a no otorgar a distinta otra franquicia en el mismo ámbito territorial. Y de igual manera se obliga a no brindar los servicios objeto de la franquicia por sí mismo. Del otro lado, el franquiciado se obliga a no comercializar producto o servicios ajenos al franquiciador.
No competencia	EL franquiciado no podrá abrir un establecimiento o emprender un comercio similar al que es objeto de la franquicia durante lo que dure el contrato, ya sea de manera directa o indirecta a través de personas físicas o jurídicas. Se debe tener en cuenta que de la misma forma se puede exigir el comportamiento de no competencia poscontractual.
Confidencialidad	Uno de los derechos que le asiste al franquiciador es el de poder exigir al franquiciado un deber de confidencialidad de la información precontractual y contractual transmitida en la franquicia.
Pacto de relación jurídica	EL hecho de celebrar un contrato de franquicia no supone la reacción de un vínculo laboral entre las partes. Al contrario, el franquiciador deberá desarrollar su negocio a cuenta de su propio riesgo, asumiendo los resultados del mismo.

Fuente: Elaboración propia en base a Entrepreneur (2019)

Elaborado por: López (2019)

1.6.2 Principales cláusulas dentro de un contrato de franquicia

1. Partes intervinientes:

Donde se especifica los generales de ley, así como en la calidad en la que comparecen.

2. Detalle de la marca comercial:

Reconociendo y mención de los derechos de propiedad industrial del franquiciador.

3. Detalle del producto o servicio:

Información sobre las características de lo que se va a comercializar

4. Transferencia del Know How:

El franquiciante debe entregar al franquiciado mediante los manuales de operación, la forma de conducción del negocio, organización del trabajo, garantizando la uniformidad del producto o servicio.

5. Pagos o regalías:

Es la retribución económica que otorga el franquiciado a el franquiciante, durante la vigencia del contrato, la modalidad del pago estará sujeto al acuerdo de las partes. Cabe recalcar que estos rubros son adicionales a los cancelados por derecho de apertura de franquicia.

6. Territorio:

Lugar donde ejecutará el objeto del contrato; en algunos contratos contemplan una cláusula de exclusividad, como lo manifiesta Cabanellas (2011) exclusividad es la facultad reservada a un representante, comisionista o razón social, para vender un producto en una ciudad, territorio o nación. Considerando los límites espaciales y temporales.

7. Asistencia técnica:

Entrenamiento y capacitaciones para el franquiciado y el personal a labora dentro de la franquicia.

8. Proveedores:

Listado de distribuidores autorizados por el franquiciador con los que deberá trabajar el franquiciado, así se aporta a la estandarización de la calidad del producto o servicio.

9. Duración del contrato:

La estipulación del tiempo de vigencia del contrato este debe ser suficiente para permitirle al franquiciado recuperar la inversión, así como obtener utilidad.

Según (Arruelas Villafuerte, 2014) la duración del contrato de franquicia se puede celebrar a término fijo o a término indefinido, aunque esto no significa que sea por toda la vida, sino más bien a que se renueve en forma periódica, bajo las mismas condiciones del contrato original.

10. Confidencialidad:

La obligación de no revelar la información que le proporcione el franquiciador al franquiciado respecto de las practicas operacionales que han sido desarrolladas, la administración empresarial

11. Derechos y obligaciones de las partes:

Pese a que este tipo de contrato se basa en la voluntad de las partes, siempre debe existir lineamientos que rijan la actividad de cada interviniente.

Para las obligaciones del franquiciador debe disponer de una marca, producto o servicio registrado, así como contar con un modelo de negocio exitoso, transmitir el Know how mediante los manuales operativos, así como asistir de manera permanente al franquiciado, contar con soporte y capacidad financiera.

Entre las obligaciones del franquiciado se establecen disponer de un local apropiado para el desarrollo de la actividad comercial, obtener los equipos e indumentarias

necesarias, respetar las políticas comerciales proporcionadas por el franquiciador, pago royalty.

12. Firmas.

1.6.3 Ventajas para el franquiciado

Mediante el contrato de franquicia se vuelve imprescindible el uso de buenas prácticas empresariales, ética y transparencia, lo que beneficia al franquiciado en generar un desarrollo más eficiente en su modelo de negocio, generando una mayor probabilidad de éxito por la confianza en la marca dentro del mercado.

Una de las ventajas que posee la contratación de una franquicia se la denomina OPM siglas en inglés para *other people money* (el dinero de otras personas), hace mención a su nombre debido a que en base al conocimiento desarrollado y aplicado en el modelo de negocio de un tercero un nuevo emprendedor establece su nuevo negocio partiendo de los conocimientos antes mencionado.

Mediante la firma del contrato de franquicia se diseñan el planteamiento estratégico con el cual se determina la estructura de la franquicia (regalías, cuotas de publicidad o servicios, territorios) y todos los demás procedimientos que proporcionan certeza jurídica.

Contar con el procedimiento completo para el funcionamiento de las actividades de la empresa mediante el uso del manual de procesos establecido por el franquiciante.

1.6.4 Desventajas del franquiciado

Por la forma en cómo se desenvuelve el contrato de franquicia que está regida por los manuales operativos o de funcionamiento para sus actividades, el cuidado de la marca y el *know how* forma una serie de limitaciones que el nuevo emprendedor (franquiciado) no posee ninguna posibilidad de innovar en cuanto a publicidad o capacitaciones, ni cambios en la distribución del local.

El error del franquiciado u otros franquiciados de la marca produce repercusiones en el modelo e operaciones del negocio, produciendo efectos secundarios en los demás franquiciados de la marca.

En ocasiones al franquiciado no se le brinda la información completa respectiva a la empresa, especialmente la trayectoria, estados financieros, riesgos, que posee dentro del mercado, esto con el propósito de reconocer una franquicia mal enfocada, lo que se consideran franquicias de alto riesgo.

La apertura de un negocio a través de la asociación con un franquiciante disminuye en cierta medida la probabilidad del fracaso empresarial, sin embargo, implica mayor costo de inversión orientado al cumplimiento de las obligaciones pertinentes al manual del procedimiento para iniciar su funcionamiento lo que limita la orientación del capital a otros sectores de la empresa, presentando una debilidad frente a la competencia más cerca.

Pese a estar especificado dentro de las cláusulas de contrato respecto del asesoramiento existen casos en el que el franquiciante no cumple lo señalado con respecto al asesoramiento y seguimiento al franquiciado.

1.7 Seguridad Jurídica del franquiciado

Como lo menciona Peñafiel, Ordeñana, & Zeballos (2018) La seguridad jurídica es necesaria para el cumplimiento de todos los derechos fundamentales (p.1). Por un lado, el artículo 82 de la Constitución de la República del Ecuador vigente desde el año 2008 establece que el derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes.

Por ende, la seguridad jurídica como “principio” y como “derecho” difieren, aquel es un mandato para que se cumpla el ordenamiento vigente en el mayor grado posible, este actúa como exigencia al Estado para un actuar respetuoso de los derechos. Una y

otra forma de la seguridad jurídica abona para el desarrollo estable de las actividades económicas, para convivir en paz y orden

Para considerar que se cumple con la seguridad jurídica del franquiciado en primer lugar se debe tipificar en las leyes ecuatorianas los derechos de los mismos así como las suficientes garantías para su cumplimiento en segundo lugar lograr evidenciar en la vida práctica así como en los actos contractuales que lo determinado en la ley se cumpla a cabalidad. Situaciones que aún no se regularizan de manera idónea en el Ecuador

1.7.1 Causas de la terminación del contrato de franquicia

Mutuo acuerdo

El acuerdo de voluntades es indispensable para la celebración del contrato de franquicia sin embargo cuando ambas partes se retractan de lo pactado se muestra la cesión de la eficacia del contrato, cuyo objetivo trata de privar de efectos a dicho contrato.

Incumplimiento

Cuando una de las partes transgrede los acuerdos pactados en las cláusulas en el contrato, por lo cual, la parte afectada puede exigir el cumplimiento de la misma, entre las causas más frecuentes están:

Tabla 3: Termino del contrato por Alteración del Know How

Competencia desleal	Se considera competencia desleal en el caso de que el franquiciado inicie un nuevo negocio igual o semejante sin previo consentimiento del franquiciante.
Mora en el pago de regalías	La mora en el pago de regalías se puede presentar mediante dos maneras: el no pago del acuerdo inicial o cuota periódica y que se oculte o se altere la información real de los ingresos por ventas, lo que perjudicará al franquiciante.
Prestación de productos no autorizados	Se produce cuando el franquiciado concede de los derechos de franquicia a un tercero,
Uso ilegal de las marcas o derechos	Las marcas o distintivos propios de la empresa deben ser utilizados en lo previsto dentro del contrato.
Clausura del negocio	Para el funcionamiento de una empresa es necesario contar con el cumplimiento de normas sanitarias, tributarias, etc. y el incumplimiento por un franquiciado afectaría la reputación de la línea total de franquicias.

Fuente: Elaboración propia en base a Bustamante (2019)

Elaborado por: López (2019)

Por muerte de una de las partes

Tabla 4: Termino del contrato por muerte de una de las partes

Por muerte o incapacidad del franquiciado	Existe la posibilidad de que el contrato de franquicia se encuentre redactado específicamente en función a una persona,
Por muerte o incapacidad del franquiciante	El contrato se concluye por fuerza mayor, puesto que la franquicia pasaría junto con sus derechos y obligaciones íntegramente a sus sucesores.
Por quiebra o concurso de acreedores	Cuando el franquiciante quien incurre en quiebra o concurso de acreedores, lo que significa las finalizaciones de la franquicia, ya que ningún sídico o liquidador puede cubrir el rol de franquiciante, por desconocimiento en el tema y por los elementos que implica secreto o discreción como el Know How.

Fuente: Elaboración propia en base a Bustamante (2019)

Elaborado por: López (2019)

1.7.2 Riesgos para el franquiciado

Como se ha mencionado a lo largo del presente estudio, existe cierto nivel de riesgos que los franquiciados asumen al momento de iniciar una franquicia que, aunque riesgo mínimo existe la probabilidad de suceso. En el presente apartado observaremos algunos de los riesgos que el franquiciado incurre.

Tabla 5: Riesgos del franquiciado

Riesgo de ubicación	Es el resultado de la combinación de factores como: clientes potenciales, competencia y precio, influye en que la franquicia genere rentabilidad positiva, negativa o neutra
Riesgo de gestión	Capacidad para administrar la franquicia que adquiere u manejo asertivo tanto para clientes internos como externos, esto debido a que si bien es cierto se adquiere el modelo de negocio, es importante la capacidad de liderazgo que posee el dueño del nuevo negocio.
Riesgo de entrada de competencia	La buena ubicación está sujeta al ingreso de competencia. Cuando esto ocurre pueden bajar las ventas y la franquicia puede entrar en pérdidas.
Riesgo de cambios en el mercado	Varios son los factores exógenos que pueden influir en las ventas realizadas, por ejemplo la economía de un país, estabilidad, fiscal, entre otras, causas que si no son tratadas por expertos podrían llevar al cierre de sus funciones.
Riesgo de mal servicio del franquiciador	Algunas franquicias, consiguen abrir unas cuantas franquicias, pero no consiguen dar un buen servicio a sus franquiciados. Estas marcas dejan de crecer y sus franquicias se estancan.
Riesgo de pérdida de competitividad del modelo de negocio de la franquicia en cuestión	Existe la posibilidad de que la competencia produzca bienes sustitutos o a su vez realice innovaciones captando potencialmente a mayores clientes.

Fuente: Elaboración propia en base a Infofranquicias (2019).

Elaborado por: López (2019)

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo General

Determinar si los contratos de franquicia vulneran el derecho a la seguridad jurídica del franquiciado.

La presente investigación persigue analizar las cláusulas dentro de la suscripción de un contrato de franquicia, explicar el correcto funcionamiento de los contratos de franquicia mediante la legislación comparada, así como los sucesos a ocurrir posteriormente en los mismos, ya sea que se presenten controversias dentro de la relación franquiciante / franquiciado o las posibles contingencias a suscitarse; finalmente el alcance de la legislación ecuatoriana al amparo de los derechos del franquiciado, ya que el mismo es dueño de las licencias que se le proporcionen, pero no de la marca en sí.

1.8.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el alcance de la normativa ecuatoriana en relación al contrato de franquicia.
- Identificar las falencias que se suscita en la elaboración del contrato de franquicia en el Ecuador.
- Analizar las consecuencias que pueden originar un inadecuado proceso contractual.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación se orientará mediante el método inductivo caracterizado principalmente de no partir de ninguna teoría específica a investigar, es decir parte de la observación de los fenómenos particulares (Peinado, 2015).

En base a lo antes expuesto se utilizará el paradigma cualitativo, “mismo que utiliza información cuyo análisis se dirige a lograr descripción detallada de los fenómenos estudiados” (Cauas, 2015). Esto debido al análisis de la legislación del Ecuador y el uso de entrevistas a franquiciados y abogados en libre ejercicio que permitan recabar información respecto al tema planteado, y de esta manera cumplir con el propósito de la presente investigación

2.2. Modalidad de la investigación

Bibliografía Documental

El presente trabajo investigativo posee una modalidad bibliográfica debido a la recopilación de información de fuentes secundarias contenidas en libros, artículos de revistas, publicidad, investigaciones, etc. Mediante el cual busca hacer uso de procedimientos analíticos e interpretaciones cualitativas, las cuales tiene el propósito de conocer, analizar y profundizar distintas conceptualizaciones (Sáenz, 2016).

Basándose en documentos acerca de la atipicidad de los contratos de franquicia y el derecho a la seguridad jurídica, esto ayudará a establecer lineamientos concretos que serán utilizados como un sustento para contribuir a la información en relación a la variable independiente y a la variable dependiente.

El estudio se basará en textos de distintos autores, investigaciones, artículos jurídicos, además de leyes como principales guías, además de bases de datos que la Universidad Técnica de Ambato provee a sus estudiantes tales como Proquest, Scielo, Redalyn, entre otros. Por otro lado, el uso de diferentes estatutos de ley, tales como, la Constitución de la República del Ecuador, el Código Civil, el Código Mercantil, Código de Comercio, Ley de propiedad intelectual, así como distintas tratados, convenios internacionales y legislación comparada especialmente de Estados Unidos de Norteamérica, México, Brasil y España.

Investigación de campo

Como complemento a la presente investigación, se acudirá a la extracción de información directamente de los agentes que intervienen en el estudio de investigación, tales como, franquiciados, profesionales del derecho especialistas en el tema para realizar un análisis en forma directa con la realidad y así obtener la información necesaria de acuerdo a los objetivos trazados.

Es evidente que la presente investigación se basa netamente en realizar análisis jurídicos, respecto a la vulnerabilidad que poseerían los franquiciados ante la legislación del Ecuador, sin embargo, para la investigación de campo es necesario identificar detalladamente nuestra población y muestras sujetos de estudio los cuales deberán ser analizados a través de encuestas y/o entrevistas, actividades que se encuentran en el presente proyecto.

Nivel de investigación

Para alcanzar los objetivos del estudio se realizará una investigación descriptiva la cual consistirá en exponer la legislación vigente para el proceso contractual de franquicias la cual busca determinar el grado de inseguridad a la que se expone la parte franquiciada, mediante la legislación comparada.

Por el tipo de investigación el presente trabajo reúne las condiciones metodológicas donde se utilizarán conocimientos en la rama del derecho en fin de usarla a favor del desarrollo del tema.

2.3.Técnicas

El presente trabajo investigativo se llevará a cabo mediante la técnica de investigación denominada Entrevista para la recolección de información.

2.4.Instrumentos a utilizar en la investigación

Para la adecuada recolección de información se utilizará el instrumento de investigación denominado cuestionario y/o guion de entrevista, según la necesidad del investigador.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIONES

3.1. Análisis y discusión de los resultados

Luego de haber elaborado la investigación de campo es necesario realizar el desarrollo y análisis de los resultados, ya que esta es la secuencia en la que se presentan los resultados por lo que estos son obtenidos de los datos compilados, los mismos que son fundamentales para poder comprender el problema y comprobar la hipótesis (Alvarado 2011).

3.2. Población y muestra

Según Sáenz (2014), la población es la colección bien definida de individuos u objetos que tienen características similares. Todas las personas u objetos dentro de una determinada población por lo general tienen una característica o rasgo en común, en los cuales se hace presente el problema de investigación.

Para una mejor investigación respecto del tema en la presente se ha tomado en cuenta a la población total quienes a saber fueron:

- 2 Particulares franquiciados
- 1 Abogado especialistas en el tema de franquicias
- 1 Representante de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (AEFRAN) y Ecuafanquicias.

A quienes se les ha aplicado un formato de entrevista de acuerdo al enfoque y al tipo de resultados que se requería obtener del entrevistado.

Toda vez que se realizaron la entrevistas a la población determinada en el presente trabajo investigativo se procedió a la tabulación con su respectivo análisis. Estos datos que han servido como fuentes primarias por lo que se tuvo contacto directo con los intervinientes.

3.3. Entrevistas realizadas a los particulares franquiciados

Tabla 6: Entrevista Particulares franquiciados

Entrevista N.- 1
<p>Este guion de entrevista forma parte de un programa de investigación que lleva a cabo la Universidad Técnica de Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales</p> <p>Objetivo: Obtener información diagnóstica el tema de investigación “LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”</p> <p>Dirigido a: Particulares franquiciados</p>

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: C.C. 180367541-8	
Sra. Marcela Guevara	
Propietaria de Farmacia	
FRANQUICIA A LA QUE PERTENECE: Farmacias Farmared´s	
NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:	
Andrea Elizabeth López Vaquero	
PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Cuáles son las principales cláusulas dentro de su contrato de franquicia?	Dentro de las cláusulas se establecían el tiempo de duración del contrato, rentabilidad que se iba a ganar, con que laboratorios se iba a trabajar.

<p>2.- ¿Cuáles son los principales derechos como franquiciado que obtuvo al suscribir el contrato?</p>	<p>Rentabilidad mayor al pertenecer a una cadena de farmacias con mayor acogida por el público lo que representa mayores ventas.</p> <p>Regalos que nos hacen llegar los laboratorios farmacéuticos.</p> <p>Descuentos al momento de realizar compras a proveedores.</p> <p>Incentivos por ventas</p>
<p>3.- ¿Cuáles son las principales obligaciones a las que se sujetó como franquiciado al suscribir el contrato de franquicia?</p>	<p>Dejar la completa administración del negocio al franquiciante.</p> <p>Aceptar que la cadena se encargue del pago a proveedores.</p> <p>Aceptar que la cadena elija el personal que trabaje dentro de las instalaciones del negocio franquiciado.</p> <p>Aceptar la política de privacidad al no entregar nombre de proveedores o precios a la competencia o a terceros.</p> <p>Deposito diario de las ganancias del negocio a la cuenta bancaria del franquiciante.</p> <p>Adquirir el sistema para facturación y venta de medicinas propio de la cadena franquiciante.</p> <p>Si unilateralmente de desea terminar con el contrato antes del tiempo establecido o por alguna situación de inconformidad se tendrá que cancelar un valor por motivo de indemnización al franquiciante.</p>

<p>4.- ¿Se han cumplido o no las cláusulas de su contrato de franquicia y se ha respectado lo pactado en el mismo?</p>	<p>En la mayoría de ellas sí; pero he tenido inconvenientes en la cláusula de pago a proveedores ya que el franquiciante no paga a tiempo a los distribuidores y a su vez los mismos no me despachan las medicinas necesarias para la venta.</p> <p>También nos ofrecieron que a las primeras personas que adquiriéramos la franquicia nos iban a dar parte de las acciones de la empresa matriz, ha pasado el tiempo y no ha sido así, por suerte no entregué dinero alguno por la compra de acciones motivo por el cual no he reclamado.</p> <p>A más de aquello en el contrato nos ofrecieron que la cadena realizaría material publicitario para promocionar los descuentos y beneficios, sin embargo, después de un tiempo nos hicieron pagar de nuestro propio bolsillo dicho material cosa que no estuvo contemplado.</p>
<p>5.- Dentro de su contrato de franquicia ¿Cuál es el mecanismo establecido para solucionar controversias?</p>	<p>Se estableció en el contrato que los inconvenientes debían ser informados al administrador de la franquicia o a su vez al Gerente de la empresa, y en el caso de no llegar a solucionarlos nos sujetaríamos a las leyes aplicadas en el Ecuador.</p>
<p>6.- ¿Recomendaría a otros empresarios suscribir contratos de franquicia en el Ecuador?</p>	<p>Sí, siempre y cuando se asesoren correctamente antes de firmar los papeles del contrato.</p>

<p>7.- ¿Cuáles serían sus recomendaciones respecto a la celebración del contrato de franquicia?</p>	<p>Primero saber lo que de verdad ofrece el franquiciante, asesorarse con un abogado para ver si lo que está en el contrato le es conveniente como futuro dueño de la franquicia y exigir a futuro que se cumpla con lo que se ha firmado, porque me ha pasado que no todo lo que se pactó se ha cumplido a cabalidad.</p>
<p>8.- ¿Considera que el franquiciado se encuentra en desigualdad de condiciones respecto del franquiciante?</p>	<p>De cierta manera si puesto que nuestros ingresos como franquiciados nunca se van a asimilar a las ganancias que tienen los dueños de la cadena, y para el tema de reclamos ellos cuentan con varios abogados que les defienden.</p>

Elaborada por: Andrea López

Tabla 7: Entrevista Particulares franquiciados

<p>Entrevista N.- 2</p> <p>Este guion de entrevista forma parte de un programa de investigación que lleva a cabo la Universidad Técnica de Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales</p> <p>Objetivo: Obtener información diagnóstica el tema de investigación “LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”</p> <p>Dirigido a: Particulares franquiciados</p>
--

<p>NOMBRE DEL ENTREVISTADO: C.C. 180987513-5</p> <p>Sr. Jorge Collantes</p> <p>Propietario de Farmacia</p>
<p>FRANQUICIA A LA QUE PERTENECE: Farmacias Cruz Azul</p>

NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:	
Andrea Elizabeth López Vaquero	
PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿Cuáles son las principales cláusulas dentro de su contrato de franquicia?	A más de los nombres de quienes estamos involucrados, básicamente en el contrato se encontraban cláusulas como la imposibilidad de comprar a proveedores que no estén acreditados por la cadena, la confidencialidad de no entregar información a terceros, el pago del 1.5% de las compras totales al mes como regalía para la empresa.
2.- ¿Cuáles son los principales derechos como franquiciado que obtuvo al suscribir el contrato?	Los laboratorios farmacéuticos nos dan descuentos al momento de la compra de medicinas por ser parte de las Cruz Azul. Podemos ofrecer medicación continua a los clientes. Aumentar las ventas Incentivos y Promociones
3.- ¿Cuáles son las principales obligaciones a las que se sujetó como franquiciado al suscribir el contrato de franquicia?	Comprar el sistema propio de las Cruz Azul donde constan los precios y la lista de productos. Adecuar el local con los colores, modelo de muebles y logotipos de la empresa. Compra de medicamentos únicamente a los laboratorios autorizados por la cadena. Capacitarnos en el manejo del sistema de facturación y ventas.
4.- ¿Se han cumplido o no las cláusulas de su contrato de franquicia y se ha respetado lo pactado en el mismo?	En algunas sí; pero he tenido inconvenientes puesto que de la cadena nos ofrecieron capacitarnos respecto al

	sistema de facturación cada tres meses y no se ha cumplido por lo que he tenido que hacer varias solicitudes para que esto se efectúe
5.- Dentro de su contrato de franquicia ¿Cuál es el mecanismo establecido para solucionar controversias?	Los posibles problemas con el manejo del negocio deben informarse al supervisor, quien se encargará de buscar la solución. En los casos de incumplimiento del contrato por alguna de las partes nos sujetaríamos a las leyes aplicables en el Ecuador.
6.- ¿Recomendaría a otros empresarios suscribir contratos de franquicia en el Ecuador?	Si, siempre y cuando se asesoren correctamente previo a invertir y a la firma del contrato.
7.- ¿Cuáles serían sus recomendaciones respecto a la celebración del contrato de franquicia?	Asesoramiento y establecer desde un inicio las partes del contrato en las que no se está de acuerdo para poderlas modificar y llegar a un acuerdo satisfactorio.
8.- ¿Considera que el franquiciado se encuentra en desigualdad de condiciones respecto del franquiciante?	Considero que si debido a que como franquiciados nos sujetamos a las normas preestablecidas por la cadena y a las nuevas disposiciones que decidan implementar.

Elaborada por: Andrea López

Tabla: Entrevista 2 / Particulares franquiciados

Análisis y discusión de las Entrevistas

De acuerdo a lo manifestado por los entrevistados quienes concordaron en que los beneficios que adquirieron al ser franquiciados fueron obtener descuentos especiales de los proveedores, así como aumento en sus ventas por pertenecer a una marca más reconocida en el mercado, por otro lado, las obligaciones varían ya que en el primer caso de entrevista la administración de la franquicia no está a cargo de la franquiciada

sino en manos de la cadena franquiciadora, la misma que se encarga desde la selección de personal que trabajará dentro del local.

El pago de facturas a los proveedores y manejo del dinero que a diario se debe realizar el depósito correspondiente en la cuenta del franquiciador, recibiendo así la franquiciada una ganancia correspondiente a un porcentaje de la venta mensual; en el segundo caso la administración del negocio se encuentra en manos del franquiciado directamente lo que le permite tener mayor control y conocimiento sobre el giro de su negocio.

Respecto de la interrogante si se han cumplido o no las cláusulas del contrato de franquicia los entrevistados han coincidido en que no se han respetado a cabalidad las cláusulas establecidas ya que como lo han mencionado han tenido varios inconvenientes especialmente en lo respecto a capacitación y pagos de regalías y a proveedores.

Así mismo se ha podido evidenciar que el mecanismo para resolución de conflictos se establece primero de manera interna con los supervisores o administradores de la cadena y posteriormente se podría acudir a mediación o a las autoridades competentes. Lo que recomiendan los franquiciados desde su experiencia es asesorarse muy bien previo a la compra de una franquicia, conocer que es lo que realmente ofrece la marca, analizar si lo estipulado está en el contrato, considerar si le es conveniente como futuro dueño de la franquicia y exigir que se cumpla con lo que se ha firmado para evitar inconvenientes.

Finalmente se puede detallar que los franquiciados consideran que si se encuentran en desigualdad de condiciones respecto del franquiciante ya que se sujetan a las normas preestablecidas por la cadena y a las nuevas disposiciones que decidan implementa como dueños de la marca sin consultar a los franquiciados ya que como ha ocurrido en ocasiones pasadas dichas medidas pueden perjudicar al franquiciado.

3.4. Entrevista realizada a Abogados especialistas en franquicias

Tabla 8: Abogados especialistas en franquicias

<p>Entrevista N.- 1</p> <p>Este guion de entrevista forma parte de un programa de investigación que lleva a cabo la Universidad Técnica de Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales</p> <p>Objetivo: Obtener información diagnóstica el tema de investigación “LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”</p> <p>Dirigido a: Abogados especialistas en franquicias</p>

NOMBRE DEL ENTREVISTADO:	
Mg. Leonidas Villagran	
CARGO QUE EJERCE:	Abogado consultor de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuafanquicias.
NOMBRE DEL ESTREVISTADOR:	Andrea Elizabeth López Vaquero
PREGUNTA	RESPUESTA
1.- Desde el punto de vista jurídico ¿Cuál es su apreciación sobre los contratos de franquicia en el Ecuador?	En los años 70 se comenzó a establecer las normas sobre franquicias en los Estados Unidos de América, desde la literatura histórica de las franquicias se puede evidenciar que la Comisión Federal de Comercio estableció una norma denominada “The franchise rule” la cual instituyó la obligación del franquiciador de no aceptar dinero ni firmar documentos de contratos con el potencial franquiciado sino solamente antes de que el franquiciador haya entregado información suficiente sobre la franquicia y sobre el mismo, norma

	<p>que se estableció con la finalidad de proteger a la parte más débil en la relación contractual es decir el franquiciado debido a una cantidad de engaños en ciertos modelos de franquicia suscitados.</p> <p>En Europa se generaron normas similares denominadas “The disclosure”, que significan hacer conocer bien la franquicia y su sistema al potencial franquiciado, antes de la firma del contrato o de entregar dinero; existiendo esta misma disposición también en Canadá, México, Brasil, Argentina,</p> <p>Por otro lado, el sistema de franquicias es bueno, sin embargo, hay casos donde se presentan estafas ya que no se entrega lo que se está publicitando.</p> <p>En el Ecuador se puede hacer referencia a el código de Comercio, reformado en el 2019, el cual establece ciertas reglas sobre lo q es el contrato de franquicia, en mi opinión dichas reglas no son suficientes, ya que solo define lo que es la franquicia y no establece ni protege lo esencial que es permitirle al potencial franquiciado conocer el estado de negocio del que se está haciendo parte al comprar los derechos.</p>
<p>2.- ¿Podría manifestar si existe normativa legal específica aplicable al contrato de franquicia o cuales son los</p>	<p>Como normativa no existe, solamente se encuentra insertado en el Código de Comercio ciertas normas básicas para la</p>

<p>principales cuerpos jurídicos que regulan el contrato de franquicia en el Ecuador?</p>	<p>franquicia. Si comparamos con legislación extranjera, estas no cumplen el objetivo para el cual se dictan las normas de franquicias que es la protección de la parte más débil es decir el franquiciado.</p> <p>Además de no reconocer las irregularidades de un franquiciador</p>
<p>3.- ¿Considera que se respeta el derecho a la seguridad jurídica del franquiciado en el Ecuador?</p>	<p>Seguridad jurídica se puede definir como la certeza de normas por lo mismo en el Ecuador el franquiciado no tiene certeza de sus derechos en mi opinión no es aceptable ya que no existen normas de protección al franquiciado, para prevenir la posibilidad de engaños.</p> <p>Ya que el franquiciador no puede asegurar resultados al franquiciado</p>
<p>4.- ¿Cuáles son las principales cláusulas dentro de un contrato de franquicia?</p>	<p>Dentro de las principales cláusulas del contrato de franquicia se puede definir las siguientes: concepto de franquiciar, del territorio, vigencia y renovación, independencia de las partes, regalías publicidad, asistencia técnica, confidencialidad, uso de la propiedad intelectual, de los productos, obligaciones, terminación del contrato.</p>
<p>5.- ¿Cuáles considera usted que son las falencias que se suscita en la elaboración del contrato de franquicia en el Ecuador?</p>	<p>Se suscita falencias cuando el franquiciador determina a la franquicia solo como un contrato cuando en realidad no es así, va más allá de aquello, además cuando el contrato es redactado</p>

	<p>por personas que no saben lo que es la franquicia en la práctica.</p> <p>Así mismo quienes redactaron los artículos referentes a la franquicia en el Código de Comercio no han tomado en cuenta las garantías básicas de protección al franquiciado como lo regula la legislación extranjera.</p>
<p>6.- ¿Cuáles son las principales modalidades de contratos de franquicia que se celebran en el Ecuador?</p>	<p>Es permitido por la ley celebrar varios tipos de contratos, existen franquicias que efectúan un contrato de franquicia y aparte un contrato de uso de las enseñas o signos distintivos. También se podría considerar las clases de franquicias con su formato de negocios que corresponde a el servicio o producto que se distribuye como un nombre o sistema de negocios o a su vez de marcas de productos permitiendo a otros fabricar y/o vender sus productos bajo ciertos derechos de marcas.</p>
<p>7.- Considera usted que ¿El contrato de franquicia se encuentra estrechamente ligado a la propiedad intelectual?</p>	<p>Si, la franquicia se encuentra directamente relacionada con la propiedad intelectual porque se da el derecho a otra persona a usar el formato del negocio, este formato es un conjunto de elementos en el cual se obtiene desde el nombre comercial, hasta el conocimiento de cómo manejar el negocio. Se puede realizar un solo contrato de franquicia que abarque todo o se puede hacer aparte un contrato de</p>

	licencia, depende como el abogado maneje el tema.
8.- ¿Cuáles son los principales derechos del franquiciado al suscribir un contrato de franquicia en el Ecuador?	Utilizar la marca, la imagen corporativa y el modelo de negocio, recibir el know how; la asistencia del franquiciante durante la vigencia del contrato.
9.- ¿Cuáles son las principales obligaciones del franquiciado dentro de un contrato de franquicia en el Ecuador?	Entre otras debe adecuar y conservar el local o establecimiento en conformidad a la imagen de marca, normas, y decoración del franquiciante, sujetarse a las políticas de compra a proveedores, cumplir los manuales operativos brindados por el franquiciador
10.- Dónde se registran o se perfeccionan los contratos de franquicia?	El contrato de franquicia debería ser registrado en la SENADI (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales), sin embargo, en la práctica no se cumple del todo, así como tampoco no es obligación elevarse a escritura pública el contrato.
11.- Considera que el franquiciado se encuentra en desigualdad de condiciones al ser el contrato de franquicia en la mayoría de los casos un contrato de adhesión	Completamente, el franquiciado es considerado a nivel mundial como la parte más débil en la relación contractual.
12.- ¿De qué manera considera que existen garantías para los franquiciados en el Ecuador?	No creo que existan suficientes garantías porque la ley que se dictó dentro del código de comercio no es una ley completa ya que es protectora del franquiciante mas no del franquiciado.
13.- ¿Cuáles son los principales conflictos que se presentan entre el franquiciante y franquiciado al momento	Pueden existir distintos tipos de inconvenientes ya que no existe un seguro para evitar la posibilidad de

<p>de la aplicación del contrato de franquicia en el Ecuador?</p>	<p>conflictos en las franquicias; muchos problemas pueden partir desde la raíz, es decir desde la creación del modelo. Un modelo mal estructurado tendrá mayores posibilidades de generar conflictos. Por otro lado, podrían existir reclamos por parte del franquiciador si el franquiciado no cumple con los estándares de calidad y servicio que se le fue entregado, también podría reducirse las ventas en el local franquiciado. Otro conflicto que podría suscitarse es la insuficiencia de know how al momento de ser transmitido al franquiciado este sería el caso típico de una Franquicia creada a partir de un negocio no probado, que no ha transcurrido el tiempo adecuado para que se considere exitoso, así como la falta de pago de cánones y royalties. Cuando el franquiciado comienza a tardar en su pago de cánones y royalties que estuvieron previamente especificados en el contrato, comienzan los conflictos.</p>
<p>14.- Las controversias que se generan por la aplicación del contrato de franquicia en el Ecuador ¿ante que organismo son resueltas?</p>	<p>Principalmente se puede acudir a los jueces de lo civil, sin embargo, hay que tomar en cuenta la cláusula de solución de conflictos que se encuentre dentro del contrato porque pueden estar sujetas las partes a la mediación.</p>
<p>15.- ¿La mayoría de las franquicias en el Ecuador son nacionales o extranjeras y donde se resuelven los conflictos?</p>	<p>La mayoría de las franquicias presentes en el Ecuador son extranjeras, y si se han dado casos en las que se ha exigido que</p>

	en conflictos de mayor magnitud se resuelvan en el país de origen, sin embargo, cabe recalcar que debe procurarse el diálogo.
16.- Desde el punto de vista jurídico, ¿Cuáles serían sus recomendaciones respecto a la celebración del contrato de franquicia?	El contrato de franquicia cuando se firma no es como cualquier otro contrato, hay que leerlo y entenderlo. Todo lo que le ofrecen de manera verbal debería estar por escrito en el contrato y no dejar para después detalles pendientes. Asesorarse profesionalmente con un abogado especialista en el tema, y recopilar información de algún otro franquiciado que se encuentre dentro del negocio que se pretenda iniciar.

Elaborada por: Andrea López

Tabla: Entrevista 1 / Abogados especialistas en franquicias

Análisis y discusión de las Entrevistas

Se ha realizado una amplia entrevista al Mg. Leonidas Villagrán quien se ha desempeñado en cargos de relevancia como Presidente de la Comisión de Derecho Marítimo del Colegio de Abogados de los Países Andinos, Ex asesor principal del Consejo del Poder Judicial, Subsecretario del Ministerio de Gobierno, Gerente Regional del Banco de Desarrollo del Ecuador y Coordinador Regional para la reforma del Poder Judicial en Ecuador, actualmente ejerce en libre ejercicio, la docencia universitaria así como Abogado consultor de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuafanquicias.

Por tanto, es un gran conocedor de las franquicias en el Ecuador y a nivel internacional, respecto de la entrevista, ha sabido manifestar parte de la historia del origen de las normas que reglamentan a la franquicia en Europa y Estados Unidos de Norteamérica esferas donde el derecho comercial se encuentra ampliamente regulado, siendo el

objetivo central la protección del franquiciado como parte más vulnerable en la relación contractual.

Al preguntar si existe normativa legal específica aplicable al contrato de franquicia supo manifestar que solamente se encuentra insertado en el Código de Comercio ciertas normas básicas para la franquicia sin embargo de aquello estas reglas no reconocen las irregularidades de un franquiciador como por ejemplo la inadecuada preparación de una empresa para empezar a franquiciar, los términos que debe cumplir previo a publicitar venta de franquicias o la regulación para ingreso de marcas franquiciantes al Ecuador ya que actualmente las empresas internacionales no pasan por ningún tipo de filtro para empezar a desarrollar la actividad comercial de franquicias dentro de nuestro territorio; así como tampoco regulariza de manera eficiente las cláusulas del contrato, cabe mencionar que dentro del nuevo Código de Comercio se permite la posibilidad que las partes agreguen disposiciones adicionales, las que en técnica jurídica serían reconocidas como elementos accidentales al contrato, sin que deban estar señaladas en la ley.

Respecto del cuestionamiento de que si se respeta o no el derecho a la seguridad jurídica del franquiciado en el Ecuador se expresó que el franquiciado no tiene certeza de sus derechos en su opinión no es aceptable ya que no existen normas de protección al franquiciado, para prevenir la posibilidad de engaños. Ante la interrogante de las principales falencias que se suscitan en la elaboración del contrato de franquicia se pudo concluir que cuando el contrato es redactado por personas que no saben lo que es la franquicia en la práctica hay más posibilidades de que existan errores de fondo que perjudiquen a las partes.

Por otro lado, se reconoce plenamente que la franquicia se encuentra directamente relacionada con la propiedad intelectual ya que el franquiciante registra su marca, sus signos distintivos, nombre comercial y su know how en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI (ex Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI) mismos que se ceden a otra persona a cambio de retribución económica. Una vez suscrito el contrato de franquicia lo ideal sería registrarlo en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI, sin embargo, en la práctica esto no se efectúa por

ende en el Ecuador no existe un registro de cuántos contratos de franquicia se han llevado a cabo y bajo que términos, tampoco se considera obligatorio elevar el contrato a escritura pública simplemente permanece como un documento privado.

Después de un análisis a la realidad y al contexto legal del Ecuador el jurista entrevistado manifiesta que efectivamente el franquiciado es considerado como la parte más débil en la relación contractual ya que no existen garantías suficientes para la protección de sus derechos; tomando como ejemplo tenemos en el Ecuador un caso real el cual se detallará posteriormente.

Respecto de los principales conflictos que se presentan entre el franquiciante y franquiciado al momento de la aplicación del contrato de franquiciase lograron establecer algunas causales como que un modelo mal estructurado tendrá mayores posibilidades de generar conflictos, por otro lado, podrían existir reclamos por parte del franquiciador si el franquiciado no cumple con los estándares de calidad y servicio que se le fue entregado, insuficiencia de know how al momento de ser transmitido al franquiciado este sería el caso típico de una franquicia creada a partir de un negocio no probado, o la falta de pago de royalties, para la solución de estos inconvenientes principalmente se acude a el dialogo entre las partes , posteriormente a la mediación y si se requiere la intervención de la justicia ordinaria principalmente a los jueces de lo civil pese a que no se cuenta con uniformidad de criterios ya que no se posee una ley positiva que establezca sanciones específicas para cada caso de incumpliendo, finalmente el entrevistado recomienda que se debe leer y entender el contenido del contrato de franquicia al que se sujetará, además de que todo lo que le ofrecen de manera verbal en las negociaciones debería esta por escrito en el contrato y no dejar para después detalles pendientes.

Casuística

El señor Mauricio Chiriboga resultó uno más de las personas perjudicadas por la empresa Sevenmart, propietaria de la franquicia OpenMart en Ecuador y cuyo gerente y presidente es el señor Julio Bonilla en conjunto con su cónyuge la señora Zandra Villegas; los mencionados señores previo a la suscripción del contrato de franquicia

mantuvieron algunas reuniones en las cuales la presentación del negocio aparentaba ser muy rentable y los representantes de la empresa parecían personas honestas serias y responsables (según comentarios del afectado) ofreciendo a los futuros franquiciados ganancias inmediatas.

Al cabo de un tiempo suscribieron un contrato para la adquisición de la franquicia de un supermercado ubicado en la calle Av. Atahualpa de la ciudad de Cuenca. A los pocos días se generaron inconvenientes como por ejemplo no se entregaron los manuales de operación, tampoco el mobiliario necesario, además que los proveedores se negaban a proporcionar mercadería porque el franquiciador no había realizado el pago respectivo cosa que estuvo fuera de toda lógica ya que de manera diaria el franquiciado depositaba el dinero en la cuenta de la empresa franquiciadora precisamente para pagos a proveedores.


Al realizar la queja como franquiciado se recibió por parte del franquiciador amenazas, después de estas agresiones el franquiciado buscó asesoramiento y se pudo evidenciar que dentro del contrato se le coartaba la posibilidad de interponer acciones legales, por ende, no se tomaron cartas en el asunto. A pesar de aquello se le seguía entregando los depósitos diarios y pago de regalías al franquiciante, como continuaron los problemas se recurrió a la Cámara de Comercio para solicitar una mediación, la misma que se llevó a cabo y tras ceder las exigencias del franquiciante, se logró terminar con la relación contractual, todo esto bajo la premisa de que el dueño de la empresa debía depositar de manera mensual a la cuenta del ex franquiciado un valor correspondiente a lo cancelado con anterioridad como inversión.

Situación que nunca llegó a materializarse puesto que en ningún momento se realizó reembolso alguno. Dadas estas circunstancias el afectado busca acudir a la justicia ordinaria para reclamar los pagos pendientes por parte de su ex franquiciador.

De igual manera la señora Blanca Vicuña ingresó a ser franquiciada de la empresa Sevenmart, propietaria de la franquicia OpenMart en Ecuador, instalando su negocio en la localidad de Amangasi del Inca, dentro de su relación comercial con el franquiciado se suscitaron los mismos problemas anteriormente mencionados, con la

diferencia que el local fue cerrado ya que el franquiciador nunca les brindo capacitaciones ni apoyo técnico de ningún tipo pese a haberseles cancelado todos los rubros establecidos en el contrato, por lo tanto los perjudicados acudieron a la justicia ordinaria entablado un proceso por estafa a los representantes de la marca con quienes suscribió el contrato ya que al exigirles el reembolso del capital entregado como inversión se negaron y simplemente incumplieron lo acordado. Dicho proceso se encuentra registrado en la página del Consejo de la Judicatura como se evidencia a continuación:

Ilustración 2: Consulta de causa

Registros encontrados: 1				
No.	Fecha de Ingreso	No. proceso	Acción/Infracción	Detalle
1	21/01/2014	17265-2014-0957	ESTAFA	

Fuente: Sistema staje Función Judicial

Ilustración 3: Detalle de consulta de causa



< CONSULTA DE PROCESOS

Movimientos del proceso No.: 17265-2014-0957

JUZGADO DÉCIMO QUINTO DE GARANTÍAS PENALES
Ciudad: QUITO

No. de Ingreso: 1
Fecha: 21/01/2014 00:00
Actor(es)/Ofendido(s): VICUÑA JARAMILLO BLANCA EULALIA, JARAMILLO TAMAYO MARIO RAMIRO
Demandado(s)/Procesado(s): BONILLA JULIO CESAR, VILLEGAS OCAMPO ZANDRA MILENA

[Ver actividades](#)

UNIDAD JUDICIAL PENAL CON SEDE EN LA PARROQUIA IÑAQUITO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA
Ciudad: QUITO

No. de Ingreso: 1
Fecha: 23/10/2014 20:09
Actor(es)/Ofendido(s): VICUÑA JARAMILLO BLANCA EULALIA, JARAMILLO TAMAYO MARIO RAMIRO
Demandado(s)/Procesado(s): BONILLA JULIO CESAR, VILLEGAS OCAMPO ZANDRA MILENA

[Ver actividades](#)

Fuente: Sistema staje Función Judicial

La compañía Sevenmart, propietaria de la franquicia OpenMart en Ecuador ha tenido además inconvenientes con sus proveedores como es el caso de la empresa JCC, Ahora Sevenmart está ya en liquidación, sin embargo, los mismos propietarios tienen participaciones en la empresa denominada Conveniente Store.

3.5. Entrevista realizada a Representante de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (AEFRAN) y Ecuafanquicias.

Tabla 9: Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuafanquicias.

Entrevista N.- 1
<p>Este guion de entrevista forma parte de un programa de investigación que lleva a cabo la Universidad Técnica de Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales</p> <p>Objetivo: Obtener información diagnóstica el tema de investigación “LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO”</p> <p>Dirigido a: Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuafanquicias.</p>

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: Ing. Mba. Guido Santillán	
CARGO QUE EJERCE: Presidente de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuafanquicias.	
NOMBRE DEL ESTREVIADOR: Andrea Elizabeth López Vaquero	
PREGUNTA	RESPUESTA
1.- ¿En qué etapas de la adquisición de franquicias interviene como AEFran?	La función de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias es promover y promocionar el sistema de franquicias en el Ecuador como mecanismo de crecimiento empresarial, así como difundir eventos de franquicias. En la parte de creación, comercialización y adquisición de franquicias la desarrollamos como Ecuafanquicias que es una empresa privada constituida como una consultora especializada en creación y desarrollo de empresas franquiciantes, así como poner en contacto los franquiciadores con los potenciales franquiciados interesados en la compra.
2.- ¿Qué funciones realizan como consultores de franquicias?	Como Ecuafanquicias se brinda dos servicios, el primero es preparar a las empresas para que puedan franquiciar, con un conjunto de manuales de operaciones, la parte económica financiera para definir el valor de la franquicia, la parte legal donde se encuentra el contrato de franquicia, y el tema promocional para ayudar a publicitar la venta de franquicias.

	<p>El otro servicio es dirigido a las empresas ya establecidas como franquiciadoras que por lo general son extranjeras se les ayuda únicamente con la promoción para encontrar franquiciados. De la mano también brindamos asesoría y capacitación a las personas interesadas en comprar una franquicia y si la marca de interés a adquirir trabaja con nosotros los ponemos en contacto. O brindamos información de la franquicia.</p>
<p>3.- ¿Cómo protegen y ayudan al desarrollo del sistema de franquicias en el Ecuador?</p>	<p>Como Ecuafanquicias llevamos trece años en funcionamiento, hemos desarrollado una metodología propia basada en los modelos internacionales de buenas prácticas de franquicias ya que en el Ecuador no existe manual alguno o ley que determine cómo para preparar a las franquicias y así minimizar los riesgos. Esto es muy detallado ya que como lo expresa el registro oficial 497 donde se ha publicado regulaciones a las franquicias estas son muy generales no siendo suficientes. Un franquiciador que quiera lanzarse al mercado debe seguir los pasos adecuados, que son los manuales de operación, parte financiera, legal y publicitaria; hay casos de marcas que sin prepararse están ofreciendo venta de franquicias y eso trae graves problemas.</p>

<p>4.- ¿Qué es lo más aconsejable previo a iniciar el proceso de adquisición de franquicia?</p>	<p>Como franquiciado investigar adecuadamente en que negocio va a invertir, tomar en consideración si la marca se encuentra legalmente registrada, si cuenta con manuales de operación, si están definidos sus procesos, saber qué tipo de capacitación va a recibir, si va a tener supervisión, además de aquello se puede entrevistar con otros franquiciados de la marca para averiguar cómo les va en su negocio y capacitarse con especialistas</p>
<p>5.- ¿Cuáles son las consecuencias originadas de un inadecuado proceso de adquisición de franquicias?</p>	<p>Se debe analizar desde dos aristas, la primera si el dueño de la empresa no realiza adecuadamente las cosas es decir comenzando porque debe registrar la marca y prepararse para franquiciar. Por otro lado, esta quien desee adquirir la franquicia, por ejemplo, si al mismo no se le otorgaron manuales de operación va a actuar de manera arbitraria y desordenada, también al no tener un buen contrato va a haber vacíos donde las partes actuarían libremente si sujetarse a cláusulas preestablecidas. Si como franquiciado no se realizó un análisis de que franquicia se va a adquirir también se va a generar riesgo porque no puede estar estructurada correctamente o hasta ser víctima de estafa</p>
<p>6.- ¿Como Asociación de franquicias han recibido quejas o denuncias en contra de algún franquiciante?</p>	<p>Hay un caso en el que diez franquiciados están siendo afectados, y se han reunido para establecer acciones legales para que</p>

	<p>no se siga perjudicando a más personas, ya que la marca sigue en funcionamiento y continúa promocionándose por internet para venta de franquicias. Los afectados han acudido a las oficinas de Ecuaf franquicias para obtener asesoramiento legal del tema.</p>
<p>7.- ¿Conoce usted cuáles son los motivos más relevantes que puedan conllevar al cierre del negocio del franquiciado?</p>	<p>Cabe aclarar que una franquicia no garantiza resultados. Si la marca no se preparó correctamente para franquiciar hay una alta probabilidad de fracasar, otro motivo es que el franquiciado no tenga apoyo del franquiciador mediante la capacitación y supervisión. Por otro lado, puede suceder que el local no se encuentre en un lugar estratégico; que no se haya replicado correctamente el modelo de negocio; que los costos de operación sean más altos que los ingresos; que no le esté yendo bien en las ventas al franquiciado.</p> <p>En estos casos para el cierre o desvinculación de la franquicia debe obligatoriamente constar el procedimiento dentro del contrato por los distintos casos que puedan suceder como ventas deficientes o viaje del franquiciado, el cierre de un local franquiciado constituye desvalorización de la marca ya que la sociedad lo asocia como fracaso, por ende una de las cláusulas dentro del contrato de franquicia es que se prohíbe publicitar</p>

	<p>públicamente la venta de un local de franquicia esto se debe manejar de una manera reservada entre el franquiciante y el franquiciado, habiendo la posibilidad de que el franquiciante asuma la administración del negocio, o se realice el traspaso total del negocio a otro nuevo franquiciado de tal manera que no se de anotar al consumidor final.</p>
<p>8.- ¿Considera que el Estado Ecuatoriano brinda apoyo a los franquiciados?</p>	<p>No del todo. El Estado ha implementado en el Código de Comercio artículos referentes a la franquicia, pero principalmente protegen al franquiciante, todo lo contrario, a lo que sucede en otros países que hay protección al franquiciado lo que es la parte más vulnerable. Por ende, considero que la legislación ecuatoriana no protege del todo al franquiciado, una opción podría ser mediante la defensoría del pueblo que podría patrocinar causas de incumplimiento de este tipo de contratos.</p>
<p>9.- ¿Conoce usted si existe algún organismo que se dedique plenamente a la protección de derechos de los franquiciados?</p>	<p>No, no existe en el Ecuador algún organismo dedicado al franquiciado.</p>

Elaborada por: Andrea López

Análisis y discusión de la Entrevista

La presente entrevista se la realizó al Ingeniero Mba. Guido Santillán quien se ejerce el cargo de presidente de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias y Ecuafanquicias,

para la presente se obtuvo información de primera mano respecto del sistema de franquicias del Ecuador por ende la función de la Asociación Ecuatoriana de Franquicias promueve y promociona el sistema de franquicias en el Ecuador como mecanismo de crecimiento empresarial, mientras que Ecuafanquicias siendo empresa privada constituida como una consultora especializada se encarga de la de creación, desarrollo, comercialización, y adquisición de franquicias; en los trece años de vida institucional han desarrollado una metodología propia basada en los modelos internacionales de buenas prácticas de franquicias ya que en el Ecuador no existe manual alguno o ley que determine cómo para preparar a las franquicias y así minimizar los riesgos, si toma en cuenta el registro oficial 497 donde se ha publicado regulaciones a las franquicias estas son muy generales no siendo suficientes.

El entrevistado concuerda con el Mg. Leonidas Villagrán al recomendar a el franquiciado investigar adecuadamente en que negocio va a invertir, tomar en consideración si la marca se encuentra legalmente registrada, si cuenta con manuales de operación, si están definidos sus procesos, saber qué tipo de capacitación va a recibir, si va a tener supervisión, además de aquello se puede entrevistar con otros franquiciados de la marca para averiguar cómo les va en su negocio y capacitarse con especialistas ya que las consecuencias de un inadecuado proceso de adquisición de franquicias puede ir desde no tener un buen contrato existiendo vacíos donde las partes actuarían libremente si sujetarse a cláusulas preestablecidas o que la empresa franquiciante este mal constituida como se evidenció en el caso práctico detallado con anterioridad.

Es importante recalcar que concuerdan los entrevistados en que el Estado ecuatoriano no brinda una adecuada protección a la seguridad jurídica del franquiciado ya que si bien es cierto en el año 2019 se han implementado en el Código de Comercio artículos referentes a la franquicia, esta principalmente protege al franquiciante, todo lo contrario, a lo que sucede en otros países que hay protección al franquiciado lo que es la parte más vulnerable.

Por otro lado, la Asociación Ecuatoriana de Franquicias pese a que ha recibido solicitudes para intervenir como aliados en solución de conflictos, no es el organismo competente para recibir quejas o denuncias por irregularidades en las franquicias.

3.6.Verificación de hipótesis

La Hipótesis que se planteó en el presente trabajo de investigación es la siguiente:

¿De qué manera los contratos de franquicia afectan el derecho a la seguridad jurídica del Franquiciado?

La hipótesis planteada se ha comprobado tanto en la fase meramente investigativa, así como en el trabajo de campo, ya que los franquiciados se han visto afectados en sus derechos al no contemplarse las suficientes garantías en las leyes ecuatorianas así como la normativa no define los riesgos y consecuencias de un inadecuado proceso contractual, también se ha evidenciado que en el Ecuador no se cuenta con un organismo especializado que regule y controle este tipo de negocios.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Del presente trabajo investigativo se puede concluir lo siguiente:

1. La franquicia constituye un sistema sofisticado de distribución en la cual se involucra la concesión no sólo de productos, sino también de un esquema o un formato de negocios, esto es, propiedad intelectual.
2. Dentro del marco legal del Ecuador el Código de Comercio estipula de manera general normas referentes a la franquicia, pero no protege a la parte más vulnerable de la relación contractual que es el franquiciado como tampoco contempla la regularización de la aplicación a un contrato de franquicia
3. La reforma al Código de Comercio ecuatoriano tipifica contratos que ya tenían plena aplicación en el mercado, sin necesidad de ser nominados. Los mismos que se basaban en la costumbre mercantil, así como en las disposiciones y principios generales relativas a los contratos.
4. Dentro de la nueva legislación aplicable a este tipo de contratos existen falencias debido a que no mandan, prohíben o permiten, lo que podría causar que las partes no puedan resolver los conflictos que surjan dentro del contrato.
5. La seguridad jurídica del franquiciado se ha visto claramente vulnerado

4.2. Recomendaciones

1. Se recomienda a las personas interesadas en comprar una franquicia recopilar información de la empresa a franquiciarse y contar con la asesoría profesional de un abogado especialista.
2. Se recomienda a los empresarios que deseen franquiciar prepararse de manera correcta previo a promocionar venta de sus franquicias; tomando en cuenta cuatro aspectos fundamentales: manuales de operación, registro de marcas, marco financiero y legal.
3. Se recomienda que los legisladores analicen la posibilidad de realizar algunos ajustes al Código de Comercio para facilitar la actividad mercantil e incentivar la utilización de este tipo de contratos, que abre la puerta a nuevos mercados, y la dinamización de la economía.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aigaje, W., & Borsic, Z. (2018). LAS FRANQUICIAS ECUATORIANAS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO. *International BusinessAdministration*. Obtenidode: <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/1572/1427>
2. Anzola, N. M. (2016). Breve historia de las franquicias, ventajas y. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/plou/article/download>
3. Arruelas Villafuerte, A. A. (2014). El Contrato de Franquicia Comercial en la Legislación.
4. Banda, J. (2016). *Definición de Know How*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/know-how>
5. Borsic, Z. (2017). LAS FRANQUICIAS ECUATORIANAS Y SU CONTRIBUCIÓN EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO. *Revista Economía yPolítica*. Obtenidode: <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/1572>
6. Bustamante, M. (2019). El Contrato de la franquicia comercial en la legislación Ecuatoriana. *Universidad del Azuay*. Obtenido de www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/T-UCE-0013-Ab-250
7. Cabanellas. (2012). *Diccionario Juridico Elemental* (950-9065-98-6 ed.). Argentina: Heliasta S.R.L.
8. Cabrera, P. (2017). La necesidad de regulación de mínimos en el contrato de Franquicia en la legislación Ecuatoriana.
9. Calderón, P. (2015). *Características del franquiciante y franquiciado*. doi:<https://mprende.co/emprendedores/caracter%C3%ADsticas-del-franquiciante-y-franquiciado>
10. Canudas. (2015). El ABC de la franquicia. Obtenido de <https://franquiciasfci.com/ABC-De-La-Franquicia.pdf>

11. Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo. *Biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/36805674/1-Variables.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3Dvariables_de_Daniel_Cauas.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190826%2Fus-east-1%2Fs3%2
12. Ekosnegocios.(2013).*ekosnegocios*.Obtenidode: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/franquicias-un-negocio-rentable>
13. Entrepreneur.(2017).Obtenidode: <https://www.entrepreneur.com/article/263863>
14. Entrepreneur.(2019).Obtenidode: <https://www.entrepreneur.com/article/263721>
15. Flores, V. C., & Gaytán, R. M. (2018). FACTORES DETERMINANTES EN LA ADOPCIÓN DE PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD DE SOCIAL EMPRESARIAL: UN ANÁLISIS SECTORIAL EN LAS FRANQUICIAS MEXICANAS. *AD-minister*. doi:<https://doi.org/10.17230/ad-minister.33.2>
16. Grau, A. (2017). *agustingrau.com*. doi:<https://agustingrau.com/wp-content/uploads/2017/07/Franquicias-concepto-claves-y-principios-de-%C3%A9xito.pdf>
17. Grau, A. (2017). *Franquicias concepto, claves y principios de éxito*. Obtenido de <https://agustingrau.com/franquicias-franquicia/>
18. infofranquicias. (2019). Obtenido de <https://www.infofranquicias.com/cd-36379/El-riesgo-de-invertir-en-una-franquicia.aspx>
19. International Business Publications. (2013). *Doing Business, Investing in Ecuador*.Obtenidode: <https://books.google.com.ec/books?id=w7CrDwAAQBAJ&pg=PA228&lpg=PA228&dq=top+global+franchises+ecuador&source=bl&ots=GOnBmvz2HA&sig=ACfU3U0jh1hksE1zqe7uIx5v5wSOuYDOWg&hl=es->

419&sa=X&ved=2ahUKEwiCtbCA-
Z7mAhUPxVvKHUF_DqYQ6AEwBnoECAwQAQ

20. Morales, C., & Alvarez, R. (2014). *Contabilidad de Sociedades* ([https://books.google.com.ec/books?id=MN_hBAAAQBAJ&pg=PA332&lpg=PA332&dq=Es+aquel+que+adquiere+contractualmente+el+derecho+a+comercializar+un+bien+o+servicio,+dentro+de+un+mercado+exclusivo,+utilizando+los+beneficios+que+le+da+la+marca+y+el+apoyo+que+reci ed.\)](https://books.google.com.ec/books?id=MN_hBAAAQBAJ&pg=PA332&lpg=PA332&dq=Es+aquel+que+adquiere+contractualmente+el+derecho+a+comercializar+un+bien+o+servicio,+dentro+de+un+mercado+exclusivo,+utilizando+los+beneficios+que+le+da+la+marca+y+el+apoyo+que+reci ed.))).
21. Morejón, G. A. (2015). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/478/ORIGEN%20Y%20ANTECEDENTES%20HISTORICOS%20DE%20LA%20FRANQUICIA.htm>
22. Olivares, A. (2016). "CONFIDENCIALIDAD Y TRANSPARENCIA EN CONTRATACION PUBLICA. *Revista del Gabinete Jurídico de Castilla-La Mancha*. Obtenido de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5699995>
23. Osta, K. (2016). Evolución de la historia de las Franquicias y su impacto en la economíamundial. Obtenido de:
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/n2-2006/2-7.pdf>
24. Peinado, J. I. (2015). *Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica*. Obtenido de:
<https://books.google.com.ec/books?id=ggTdBAAAQBAJ&pg=PA99&dq=que+es+el+m%C3%A9todo+inductivo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjFyNHsiqHkAhWJnFkKHXYBIIQ6AEIKDAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20m%C3%A9todo%20inductivo&f=false>
25. Peñafiel, E. Á., Ordeñana, R. A., & Zeballos, Z. R. (2018). La garantía constitucional de la seguridad jurídica y su relación con los derechos fundamentales en la república del Ecuador. *Revista Espirales*.
26. Sáenz, K. (2016). La Investigación en las carreras de Ciencias Económicas y Empresariales. *Universidad Ricardo Palma*. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/679/LainvestigacionCienciasEconomicayEmpresariales.pdf?sequence=1>

27. Suárez, A., & Ovalles, L. (2016). Las cuatro franquicias que Dominado el Mundo con el Marketing. *Revista CONVICCIONES*. Obtenido de <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/151>
28. Torres, B. C., & Moreira, G. J. (2017). LOS GUAYAQUILEÑOS FRENTE A LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS RESTAURANTES FRANQUICIADOS INTERNACIONALES. Obtenido de <http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/104>
29. Villagrán, C. L. (2018). Obtenido de <https://aefran.org/aspectos-legales/>
30. Constitución de la República Del Ecuador (2008)
31. Código Civil del Ecuador
32. Código Orgánico De La Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad E Innovación

ANEXO

Anexo 1

Guiones de entrevista

Guion de entrevista	
Este guion de entrevista forma parte de un programa de investigación que lleva a cabo la Universidad Técnica de Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales	
Objetivo: Obtener información diagnóstica sobre el tema de investigación "LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO"	
Dirigido a: Abogados especialistas en el tema y funcionarios AEFRAN y SENADI	
1.	Desde el punto de vista jurídico ¿Cuál es su apreciación sobre los contratos de franquicia en el Ecuador?
2.	¿Podría manifestar si existe normativa legal específica aplicable al contrato de franquicia o cuales son los principales cuerpos jurídicos que regulan el contrato de franquicia en el Ecuador?
3.	¿Considera que se respeta el derecho a la seguridad jurídica del franquiciado en el Ecuador?
4.	¿Cuáles son las principales cláusulas dentro de un contrato de franquicia?
5.	¿Cuáles considera usted que son las falencias que se suscita en la elaboración del contrato de franquicia en el Ecuador?
6.	¿Cuáles son las principales modalidades de contratos de franquicia que se celebran en el Ecuador?
7.	Considera usted que ¿El contrato de franquicia se encuentra estrechamente ligado a la propiedad intelectual?
8.	¿Cuáles son los principales derechos del franquiciado al suscribir un contrato de franquicia en el Ecuador?
9.	¿Cuáles son las principales obligaciones del franquiciado dentro de un contrato de franquicia en el Ecuador?
10.	¿Dónde se registran o se perfeccionan los contratos de franquicia?
11.	Considera que el franquiciado se encuentra en desigualdad de condiciones al ser el contrato de franquicia en la mayoría de los casos un contrato de adhesión
12.	¿De qué manera considera que existen garantías para los franquiciados en el Ecuador?
13.	¿Cuáles son los principales conflictos que se presentan entre el franquiciante y franquiciado al momento de la aplicación del contrato de franquicia en el Ecuador?
14.	Las controversias que se generan por la aplicación del contrato de franquicia en el Ecuador ¿ante que organismo son resueltas?
15.	¿La mayoría de las franquicias en el Ecuador son nacionales o extranjeras y donde se resuelven los conflictos?
16.	Desde el punto de vista jurídico, ¿Cuáles serían sus recomendaciones respecto a la celebración del contrato de franquicia?
Fuente: Andrea López (Investigadora)	
Cuadro : Guion de entrevista / SENADI-AEFRAN	
Aprobación de Tutora de Tesis: Dra. Jeanette Jordán	

Guion de entrevista

Este guion de entrevista forma parte de un programa de investigación que lleva a cabo la Universidad Técnica y Ambato a través de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales

Objetivo: Obtener información diagnóstica el tema de investigación "LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA Y EL DERECHO A LA SEGURIDAD JURÍDICA DEL FRANQUICIADO"

Dirigido a: Particulares franquiciados

1. ¿Cuáles son las principales cláusulas dentro de su contrato de franquicia?
2. ¿Cuáles son los principales derechos como franquiciado que obtuvo al suscribir el contrato?
3. ¿Cuáles son las principales obligaciones a las que se sujetó como franquiciado al suscribir el contrato de franquicia?
4. ¿Se han cumplido o no las cláusulas de su contrato de franquicia y se ha respetado lo pactado en el mismo?
5. Dentro de su contrato de franquicia ¿Cuál es el mecanismo establecido para solucionar controversias?
6. ¿Recomendaría a otros empresarios suscribir contratos de franquicia en el Ecuador?
7. ¿Cuáles serían sus recomendaciones respecto a la celebración del contrato de franquicia?
8. ¿Considera que el franquiciado se encuentra en desigualdad de condiciones respecto del franquiciante?

Fuente: Andrea López (Investigadora)

Cuadro 5: Guion de entrevista / Particulares franquiciados

Aprobación de Tutora de Tesis: Dra. Jeanette Jordán



Anexo 2

Solicitud de entrevistas

<p>Quito, 2 de diciembre 2019</p>	<p>2019 DIC -2 PM 4:29</p>
<p>Magister Santiago Cevallos DIRECTOR DEL SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES</p>	
<p>Presente-</p>	
<p>Andrea Elizabeth López Vaquero con C.C. 185003121-0, en calidad de estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, me encuentro realizando la tesis de graduación de la carrera de Derecho con el tema "Los contratos de franquicia y el derecho a la seguridad Jurídica del Franquiciado", por lo que respetuosamente me dirijo a usted con la solicitud de que se me pueda brindar la información necesaria respecto de la relación existente entre la Franquicia en el Ecuador y los derechos intelectuales, así como el uso y registro indebido de licencias y marcas o a su vez se designe a la persona adecuada para brindar la solicitada información. Todo esto con fines netamente académicos.</p>	
<p>Agradeciendo de antemano la favorable atención a la presente</p>	
<p>Suscribo.-</p>	
	
<p>Andrea Elizabeth López Vaquero C.C. 185003121-0 Correo electrónico: alopezvg93@gmail.com Teléfono: 0984900154</p>	

Anexo 3

Modelo De Contrato De Franquicia

13.8.

CONTRATO DE FRANCHISING - FRANQUICIA

Conste por el presente documento el contrato de Franquicia que suscriben de una parte: , empresa constituida bajo las leyes de la República , debidamente representada por su , con Documento de Identidad N° , domiciliado en su Oficina principal ubicado en , a quien en adelante se denominará **EL FRANQUICIANTE** y, de otra parte S.A., inscrito en la Partida N° del Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral N° , debidamente representado por su Gerente General don , identificado con DNI N° y señalando domicilio el ubicado en Calle , N° , Urbanización , distrito de , provincia y departamento de , República del Perú, a quien en adelante se denominará **EL FRANQUICIADO**, que acuerdan en los siguientes términos:

ANTECEDENTES

CLAUSULA PRIMERA: EL FRANQUICIANTE es una persona jurídica de derecho privado, constituida bajo el régimen societario de la sociedad anónima, cuyo objeto social es la explotación de restaurantes ,los cuales se especializan en la preparación de platos típicos españoles preparados por **EL FRANQUICIANTE** en base a recetas especiales desarrolladas por este .

En ese sentido **EL FRANQUICIANTE** declara haber desarrollado un plan y sistema empresarial que incluye elementos de propiedad industrial para suministrar al público un alto estándar de servicio ,eficiencia ,cortesía y limpieza ,utilizando una identificación distintiva por medio de estándares , métodos ,conocimientos ,habilidades e información relativa al desarrollo y operación de una determinada actividad económica. Este conjunto de conocimientos e información especializada han contribuido a lograr el éxito empresarial de **EL FRANQUICIANTE** lo que le ha permitido expandir su sistema a diversos lugares.

CLAUSULA SEGUNDA: EL FRANQUICIANTE declara tener el derecho exclusivo y excluyente del uso de los nombres comerciales, marcas y todas las combinaciones, variaciones y adiciones a estos, ya sea independiente o en combinación con otros signos distintivos, utilizado para designar los productos referidos en la cláusula anterior. Dichos signos distintivos se detallan en anexo que se adjunta al presente documento.

CLAUSULA TERCERA: EL FRANQUICIADO es una persona de derecho privado constituido bajo el régimen societario de la sociedad anónima, cuyo objeto social principal es brindar servicios alimentarios, que se encuentra interesado en ser autorizado por **EL FRANQUICIANTE** para operar este servicio conforme al sistemas desarrollado por este ,lo que involucra también la licencia y su signo distintivo.

DEFINICIONES

CLAUSULA CUARTA: Siempre que se han usado en este documento, cada uno de los términos establecidos tendrá el significado indicado a continuación:

“**Marca Registrada**” son las marcas, nombres comerciales, lemas, secretos industriales y comerciales, patentes de propiedad de **EL FRANQUICIANTE**.

Asimismo el término “Marcas” también incluye los derechos de autor y todos los derechos de autor y todos los derechos de propiedad intelectual provenientes de los signos distintivos descritos.

“**Marca de Licencia**”, término referido a las marcas de propiedad de **EL FRANQUICIANTE** y el logo asociado a ellas descrito en las Reglas y Regulaciones otra marca o logo que puedan designar cada cierto tiempo.

“**Manual de Operaciones**”, es el manual escrito en idioma español, que contiene todas las directivas que normaran la administración y manejo del sistema, así como secretos comerciales y otra información confidencial de propiedad del **EL FRANQUICIANTE**, Relevante para la operatividad del negocio, la que podrá ser revisada y modificada por el mismo cada cierto tiempo.

Este manual se adjunta como anexo al presente documento.

“**Reglas y Regulaciones**”, son las normas, especificaciones y estándares, entregados por escrito al **EL FRANQUISIADO**, en idioma español y de las cuales **EL FRANQUISIANTE** es propietario absoluto.

Estas reglas y regulaciones se adjuntan como anexo al presente documento.

OBJETO DEL CONTRATO

CLAUSULA QUINTA.-Por el presente contrato, **EL FRANQUISIANTE** se obliga a autorizar a **EL FRANQUISIADO** el uso del sistema empresarial referido a la Cláusula primera en el Área geográfica descrita en la cláusula novena, lo que implica la licencia de los signos distintivos del negocio, la licencia del Know how contenido en los manuales operativos, y la entrega de toda la información necesaria, así como la capacitación permanente, que coadyuven la satisfacción instalación y operación del negocio licenciado.

En contraprestación, **EL FRANQUICIADO** se obliga a pagar a **EL FRANQUISIANTE** un derecho de ingreso y una regalía periódica, así como las contribuciones para el fondo de publicidad, importes que se describen en las cláusulas decima undécima y duodécima.

PLAZOS DEL CONTRATO

CLAUSULA SEXTA: Las partes convienen fijar un plazo de duración determinada para el presente contrato, el cual será de años, los mismos que se computaran a partir de la fecha de suscripción de este documento.

CARACTERES DEL CONTRATO

CLAUSULA SETIMA: **EL FRANQUICIANTE** deja constancia que no le une ninguna relación laboral o de dependencia con **EL FEANQUICIADO**. En consecuencia, **EL FRANQUICIADO** actuara en nombre propio en las relaciones comerciales que se originen a propósito del presente contrato.

CLAUSULA OCTAVA: Queda convenida que la gestión y administración del negocio material del presente contrato corresponderá única y exclusivamente a **EL FRANQUICIADO** sin perjuicio del respectivo control de **EL FRANQUICIANTE** previstas en las cláusulas décimo tercera, décimo cuarta, décimo quinta, décimo sexta y décimo séptima.

CLAUSULA NOVENA: Las partes convienen que el territorio o zona geográfica referida en la cláusula quinta corresponde

CUOTAS Y PAGO

CLAUSULA DECIMA: En virtud a los derechos licenciados en el presente contrato, **EL FRANQUICIADO** deberá de pagar al **EL FRANQUICIANTE** los siguientes montos no reembolsables:

- Una cuota o derecho de ingreso (franchise fee) por ingreso al sistema, que involucra la licencia de las marcas registradas y del método operativo y de información confidencial , la misma que será de US\$.....(.....Dólares Americanos).
- Una cuota por asistencia técnica inicial, la que será de US\$..... (Dólares Americanos).

Dichos montos deberán cancelarse íntegramente en dinero y al contado a la fecha de suscripción del presente documento.

CLAUSULA UNDECIMA: Asimismo, **EL FRANQUICIADO** pagará a **EL FRANQUICIANTE**, durante el periodo de vigencia del presente contrato, una regalía que se determinara en función a sus ingresos netos:

-por ciento (.....%) de los ingresos netos, durante el primero y segundo año delo contrato.
- por ciento (.....%) a partir del tercer año en adelante.

Dicho monto deberán cancelarse mediante pagos a cuentas mensuales el ultimo día hábil del mes que se cancela íntegramente en dinero y en la cuenta corriente Ndel bancoque **EL FRANQUICIANTE** ha aperturado para tal fin.

CLAUSULA DUODECIMA: Igualmente **EL FRANQUICIADO** pagará ha **EL FRANQUICIANTE** una cuota continua de marketing y publicidad ascendente al por ciento (.....%) de los ingresos netos anuales del negocio. Dicho monto se destinara al fondo publicitario administrado por **EL FRANQUICIANTE**, conforme a lo previsto en al cláusula vigésimo octava.

Dicho monto deberán cancelarse mediante pagos a cuentas mensuales el ultimo día hábil del mes que se cancela íntegramente en dinero y en la cuenta corriente N.....del Banco.....,que **EL FRANQUICIANTE** ha aperturado para tal fin.

FISCALIZACION, CONTABILIDAD Y CONTROL

CLAUSULA DECIMO TERCERA: EL FRANQUICIANTE controlara la calidad de los productos y servicios a través de una supervisión regular que realizara dos veces al año, en los meses de.....y....., sin perjuicio, de realizar inspecciones imprevistas, en las que podrá asistirse por técnicos expertos en la materia.

CLAUSULA DECIMO CUARTA: A fin de determinar el importe exacto de las regalías, **EL FRANQUICIANTE** controlara e inspeccionara el volumen de negocio de **EL FRANQUICIADO** deberá ajustar su contabilidad a las normas del plan contable proporcionado por **EL FRANQUICIANTE**, ellos sin perjuicio, de llevar su propia contabilidad.

Igualmente, **EL FRANQUICIANTE** realizara dos veces al año, sin previo aviso, auditorias encaminadas a verificar la contabilidad y el patrimonio de **EL FRANQUICIADO**.

CLAUSULA DECIMO QUINTA: Queda expresamente establecido que **EL FRANQUICIANTE** determinara las condiciones de la comercialización o actividad empresarial, horarios, directivas de promoción, realización de campañas promocionales y de difusión.

Asimismo **EL FRANQUICIANTE** seleccionara o aprobara la ubicación y dimensiones del establecimiento franquiciado, así como comprobara sus condiciones y aptitudes para los fines propios del sistema. Asimismo, verificara que este conforme con el plan estratégico de expansión del sistema, y en este orden, controlara y autorizara los traslados y nuevas aperturas de establecimiento.

Igualmente, **EL FRANQUICIANTE** brindara los planes y el diseño sobre el espacio y acondicionamiento externo e interno de este.

CLAUSULA DECIMO SEXTA: EL FRANQUICIANTE establecerá los precios máximos y mínimos de los productos o servicios.

Las partes convienen que el volumen mínimo de venta s exigido a **EL FRANQUICIADO** deberá ser no menor a US\$..... (.....Dólares Americanos). Volumen que se ha determinado en orden al mantenimiento de los niveles de rentabilidad y el cálculo de los márgenes internos del beneficio.

CLAUSULA DECIMO SETIMA: EL FRANQUICIADO se someterá a los controles de calidad establecidos por **EL FRANQUICIANTE** y colaborara con este en la defensa y mantenimiento de los derechos registrados.

ASISTENCIA TECNICA

CLAUSULA DECIMO OCTAVA: EL FRANQUICIANTE deberá asistir a **EL FRANQUICIADO** en la gestión financiera y comercial de los recursos, seleccionando los métodos y técnicas de producción y comercialización.

CLAUSULA DECIMO NOVENA: EL FRANQUICIANTE o su designado, proporcionar entrenamiento y capacitación inicial a **EL FRANQUICIADO** y sus principales ejecutivos, sobre la operatividad del sistema. **EL FRANQUICIANTE** brindara, además capacitación permanente a **EL FRANQUICIADO** y su personal en la aplicación del método operativo contenido en el Manual de Operaciones.

Estos programas de entrenamiento se realizaran dos veces al año .en los meses de.....y.....

CLAUSULA VIGESIMA: EL FRANQUICIANTE se obliga a capacitar también al personal nuevo o de ingreso reciente al sistema, sin perjuicio del pago por concepto de honorarios que deberá realizar **EL FRANQUICIADO**, por el entrenamiento.

CLAUSULA VIGESIMA PRIMERA: Los principales directivos de **EL FRANQUICIADO** deberán asistir al programa de capacitación inicial en el centro de entrenamiento de **EL FRANQUICIANTE**, pagando las cuotas señaladas por este. Dicho programa durara como máximo.....horas lectivas.

Solo después de haber completado en forma satisfactoria el programa **EL FRANQUICIADO** podrá comenzar a operar el negocio franquiciado.

SUMINISTRO

CLAUSULA VIGESIMO SEGUNDA: EL FRANQUICIANTE se obliga a suministrar a **EL FRANQUICIADO** los insumos que utilizara en el negocio, los mismos que en especie y en cantidad se detallan en anexo adjunto al presente documento.

EL FRANQUICIANTE deberá entregar a **EL FRANQUICIADO** dichos insumos dentro de los.....días de haber sido solicitado por este.

CLAUSULA VIGESIMO TERCERA: EL FRANQUICIADO deberá aprovisionarse de los mismos insumos en la cláusula anterior en las cantidades establecidas por **EL FRANQUICIANTE**, así como mantener el stock mínimo requerido por este.

OBLIGACIONES Y DERECHOS DE EL FRANQUICIANTE

CLAUSULA VIGESIMO CUARTA: EL FRANQUICIANTE, en la fecha de suscripción del presente documento, proporcionara a **EL FRANQUICIADO** el Manual de Operaciones y las Reglas y Regulaciones para la operación del negocio.

Igualmente, **EL FRANQUICIANTE** deberá comunicar a **EL FRANQUICIADO** inmediatamente cualquier modificación y /o aclaración de dichos documentos.

CLAUSULA VIGESIMO QUINTA: EL FRANQUICIANTE tiene derecho a supervisar y controlar la aplicación y efectividad real del programa licenciado para los objetivos del sistema.

CLAUSULA VIGESIMO SEXTA: EL FRANQUICIANTE se obliga a realizar las inversiones necesarias para mantener la tecnología adecuada y en condiciones de competitividad del sistema de franquicia.

CLAUSULA VIGESIMO SETIMA: EL FRANQUICIANTE se obliga a licenciar sus marcas registradas y secretos comerciales a **EL FRANQUICIADO**, así como a controlar su utilización en cuanto afecta la imagen común del sistema.

CLAUSULA VIGESIMO OCTAVA: EL FRANQUICIANTE deberá destinar lo recaudado por el fondo publicitario previsto en la cláusula décima segunda para fines de publicidad y promoción del sistema para el beneficio de todos los miembros de la cadena, así como para financiar las campañas publicitarias de la red a nivel internacional.

OBLIGACIONES Y DERECHOS DE EL FRANQUICIADO

CLAUSULA VIGESIMO NOVENA: EL FRANQUICIADO deberá respetar y ceñirse a todas las instrucciones contenidas en el manual de operaciones licenciado por **EL FRANQUICIANTE**. Asimismo deberá disponer de los recursos necesarios para el correcto desarrollo del método empresarial.

CLAUSULA TRIGESIMA: EL FRANQUICIADO solo podrá comercializar los productos licenciados en el área geográfica previstos en la cláusula novena.

CLAUSULA TRIGESIMO PRIMERA: EL FRANQUICIADO deberá comunicar a **EL FRANQUICIANTE** las mejoras y descubrimientos que se desprecian del ejercicio del método.

CLAUSULA TRIGESIMO SEGUNDA: EL FRANQUICIADO deberá mantener en secreto y evitar la divulgación del método operativo y las regulaciones contenidas en el Manual.

CLAUSULA TRIGESIMO TERCERA: EL FRANQUICIADO celebrara un contrato de licencia de software con **EL FRANQUICIANTE** en la forma que este cada cierto tiempo requiera. **EL FRANQUICIANTE** instalara el equipo de computación que **EL FRANQUICIADO** pueda razonablemente requerir cada cierto tiempo y mantendrá dicho equipo en buenas condiciones de funcionamiento.

CLAUSULA TRIGESIMO CUARTA: EL FRANQUICIADO deberá limitar el uso de las marcas registradas de **EL FRANQUICIANTE** solo a los fines de la comercialización de los productos o servicios franquiciados, ciñéndose a la limitación territorial establecida.

CLAUSULA TRIGESIMO QUINTA: EL FRANQUICIADO podrá promocionar el negocio en forma diligente, para lo cual hará uso de avisos impresos, promociones, figuración en guías telefónicas y comerciales, y de cualquier otra manera apropiada. Dichos mecanismos deberán ser autorizados y aprobados por **EL FRANQUICIANTE**.

CLAUSULA TRIGESIMO SEXTA: EL FRANQUICIADO tiene la obligación de respetar la imagen del sistema, lo que implica:

- Utilizar obligatoriamente las marcas registradas de **EL FRANQUICIANTE** en el establecimiento, haciendo figurar en todos los elementos establecimientos y demás materiales de promoción, dichas marcas con los característicos estándares distintivos del sistema, de tal modo, que el negocio sea fácilmente reconocido por el público en general como integrante de la cadena.

- Contribuir a la buena reputación comercial y éxito de **EL FRANQUICIANTE** a través del adecuado mantenimiento del establecimiento.
- Respetar los estándares de calidad en la presentación, administración y comercialización que establece **EL FRANQUICIANTE**.

CLAUSULA TRIGESIMO SETIMA: EL FRANQUICIADO no desviara ni intentara desviar ningún negocio, ni clientes, ni información relevante, directa o indirectamente a ningún competidor, por sí mismo, o a través de terceras personas.

MARCAS REGISTRADAS EN LA LICENCIA

CLAUSULA TRIGESIMO OCTAVA: EL FRANQUICIADO reconoce que no puede obtener el registro de alguna o todas las marcas en licencia cuya titularidad pertenece a **EL FRANQUICIANTE**.

Igualmente **EL FRANQUICIADO** bajo ninguna circunstancia disputara con **EL FRANQUICIANTE** la titularidad de las marcas registradas y licenciadas.

CLAUSULA TRIGESIMO NOVENA: EL FRANQUICIADO acepta que su nombre comercial no incluirá ninguna de las marcas registradas y que no las autorizara en ninguna otra empresa o sociedad en las que posea participación alguna.

CLAUSULA CUADRAGESIMA: EL FRANQUICIANTE se reserva el derecho de exigir que **EL FRANQUICIADO** sustituya las diferentes marcas registradas por aquel y que haya licenciado, en caso que **EL FRANQUICIANTE** decida hacer a estas algunas modificaciones.

MANUAL DE OPERACIONES: REGLAS Y REGULACIONES

CLAUSULA CUADRAGESIMO PRIMERA: Con el fin de mantener el prestigio del negocio y para mantener los estándares en la presentación y calidad del os productos o servicios ofertados, **EL FRANQUICIADO** deberá operar el negocio conforme al Manual de Operaciones licenciado por **EL FRANQUICIANTE**.

CLAUSULA CUADRAGESIMO SEGUNDA: EL FRANQUICIANTE podrá en la oportunidad que consiste pertinente revisar y modificar el contenido de Manual de Operaciones debiendo **EL FRANQUICIADO** incorporar y acatar dichas modificaciones si las hubiera.

CLAUSULA CUADRAGESIMO TERCERA: EL FRANQUICIADO deberá guardar absoluta reserva sobre los métodos e información contenida en el manual y las reglas y regulaciones, evitando revelara terceros dicho información

SEGUROS

CLAUSULA CUADRAGESIMO CUARTA: EL FRANQUICIADO contratara y mantendrá vigente a partir de la firma del presente acuerdo, las siguientes pólizas de seguros: por daños a terceros, por accidentes de trabajo y responsabilidad civil.

CLAUDULA CUADRAGESIMO QUINTA: En caso que **EL FRANQUICIADO** no cumpla con contratar las pólizas requeridas, en el lapso de treinta días a la firma del acuerdo, **EL FRANQUICIANTE** podrá hacerlo a cuenta y costo, de **EL FRANQUICIADO**.

CLAUSULA CUADRAGESIMO SEXTA: **EL FRANQUICIANTE** no podrá ceder a terceros su posición contractual, salvo que cuente con el asentimiento expreso y por escrito de **EL FRANQUICIADO**. Asimismo, no podrá de ningún modo sub licenciar las marcas registradas ni el sistema empresarial a terceros.

Si **EL FRANQUICIANTE** consintiera la cesión a terceros, **EL FRANQUICIADO** deberá garantizar el cumplimiento de las obligaciones del nuevo franquiciado, en virtud de lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 1438 del Código Civil.

CAUSALES DE RESOLUCION DE CONTRATO

CLAUSULA CUADRAGESIMO SETIMA: Constituirá causal de resolución del presente contrato, al amparo del artículo 1430 del Código Civil, si **EL FRANQUICIADO:**

- Solicita ante la autoridad competente su declaración de insolvencia.
- No cumple con pagar los montos exigidos en el presente contrato en la oportunidad convenida.
- Intenta realizar cualquier transferencia a terceras personas sin el consentimiento y autorización de **EL FRANQUICIANTE**.
- Revela o divulga cualquier información confidencial que le haya sido entregada por **EL FRANQUICIANTE**.
- Incumple con alguno de los estándares de calidad, administración, presentación, establecidos en el Manual de Operaciones y en las Reglas y Regulaciones licenciadas.
- No utiliza en la forma señalada en el contrato ,las marcas registradas y en licencia
- No contrata y/o mantiene vigentes los seguros requeridos por **EL FRANQUICIANTE**.
- Viola la obligación de no competencia.

En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando **EL FRANQUICIANTE** comunique, por carta notarial, a **EL FRANQUICIADO** que quiere valerse de esta cláusula.

OBLIGACIONES A LA EXTINCCION DEL CONTRATO

CLAUSULA CUADRAGESIMO OCTAVA: Al término del presente contrato todos los derechos de **EL FRANQUICIADO** cesaran de inmediato, por lo que deberá:

- Dejar de operar el negocio bajo el sistema y las marcas registradas y en licencia.
- Dejar de usar las marcas registradas y en licencia y todo soporte material que contenga dichos signos distintivos
- Pagar todas las sumas adeudadas a **EL FRANQUICIANTE**.
- Enviar a **EL FRANQUICIANTE** el manual de operaciones, las reglas y regulaciones, el software y toda la información confidencial licenciada) sin guardar ninguna copia.

CLAUSULA CUADRAGESIMO NOVENA: **EL FRANQUICIADO** no podrá al vencimiento del contrato hacer uso de las marcas registradas de **EL FRANQUICIANTE**, ni de la información confidencial licenciada (entiéndase todos los manuales, software y demás).

CLAUSULA QUINCUAGESIMA: **EL FRANQUICIADO** no podrá iniciar ningún negocio dedicado a la misma actividad en el territorio materia de licencia hasta el transcurso de un año.

CLAUSULA PENAL COMPENSATORIA

CLAUSULA QUINCUAGESIMO PRIMERA: En caso de que **EL FRANQUICIADO** incumpliera lo estipulado en las clausulas décimo novena y vigésima, deberá pagar en calidad de penalidad moratoria, un importe ascendente a US\$..... (.....Dólares Americanos) por cada día de retraso, así como deberá de indemnizar cualquier daño ulterior.

APLICACIÓN SUPLEATORIA DE LA LEY

CLAUSULA QUINCUAGESIMO SEGUNDA: En todo lo previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por las normas de Código de Comercio, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

COMPETENCIA ARBITRAL

CLAUSULA QUINCUAGESIMO TERCERA: Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a arbitraje, mediante un Tribunal Arbitral integrado por tres expertos en la materia, uno de ellos designado de común acuerdo por las partes, quien lo presidirá, y los otros designados por cada uno de ellos.

Si en el plazo de (.....) días de producida la controversia, no se acuerda el nombramiento del Tribunal Arbitral, este deberá ser designado por el Centro de Arbitraje Nacional y Extranjero de la Cámara de Comercio de Lima, cuyas reglas serán aplicables al arbitraje.

El laudo del Tribunal Arbitral será definitivo e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en la ciudad de.....a los.....días del mes de.....de 20.....

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de, a los días del mes de 2012.

.....
EL FRANQUICIANTE

.....
EL FRANQUICIADO

Anexo 4
Evidencia Fotográfica

