

De conformidad con las disposiciones del artículo 113 del Reglamento de la Asamblea Legislativa, el Departamento Secretaría del Directorio incorpora el presente texto al Sistema de Información Legislativa (SIL), de acuerdo con la versión electrónica suministrada.

ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

PROYECTO DE LEY

LEY PARA LA REGULACIÓN Y EL IMPULSO DE LAS FRANQUICIAS

ADA ACUÑA CASTRO

DIPUTADA

EXPEDIENTE N.º 23.448

NOVIEMBRE, 2022.

LEY PARA LA REGULACIÓN Y EL IMPULSO DE LAS FRANQUICIAS

Expediente N °. 23.448

ASAMBLEA LEGISLATIVA

Esta es una propuesta de ley que busca la reactivación económica a través del establecimiento de una regulación de las franquicias que permita otorgarle al inversionista de cualquier categoría (pequeño, mediano o grande) y, en general, a todas las partes involucradas en este modelo de negocios, la seguridad jurídica que requiere para desarrollarse como empresa en el país.

En nuestra Constitución Política, la actividad económica y la iniciativa privada están tuteladas como libertades, específicamente, en los artículos 46 párrafo primero, 47 y 89 que, en lo conducente, señalan lo siguiente:

“Artículo 46, párrafo primero, señala que: “Son prohibidos los monopolios de carácter particular, y cualquier acto, aunque fuere originado en una ley, que amenace o restrinja **la libertad de comercio, agricultura e industria.** (...)”
(Subrayado y negrita no son del original)

“Artículo 47.- **Todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca o nombre comercial, con arreglo a la ley.**”

“Artículo 89.- Entre los fines culturales de la República están: proteger las bellezas naturales, conservar y desarrollar el patrimonio histórico y artístico de la Nación, **y apoyar la iniciativa privada para el progreso científico y artístico.**”

Al carecer de un marco jurídico específico que regule el contrato de franquicias existe un vacío para los inversionistas que desean incursionar en este modelo de negocio.

A continuación, se muestra un cuadro con la normativa aplicable en nuestro ordenamiento jurídico mediante la cual se ha pretendido resguardar los derechos de las partes del negocio de franquicias:

Cuadro 1. Marco legal vinculado con las franquicias en Costa Rica

Ley N°	Nombre de la ley	Materia
Ley No. 8039 del 12 de octubre de 2000.	Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual.	Propiedad intelectual
Ley No. 7978 de 22 de diciembre de 1999	Ley de Marcas y otros signos distintivos	Marcas
Ley No. 6683 del 14 de octubre de 1982.	Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos	Propiedad intelectual
Ley No. 6867 de 25 de abril de 1983	Ley de Patentes de invención, dibujos y modelos industriales y modelos de utilidad	Propiedad industrial
Ley No. 2 del 27 de agosto de 1943.	Código de Trabajo Artículo 71 inciso g).	Deber de confidencialidad aplicable a los empleados del franquiciado: g) Guardar rigurosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurren directa o indirectamente, o de los cuales tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecutan; así como de los asuntos administrativos

		reservados, cuya divulgación pueda causar perjuicios al patrono, y
Ley No. 7472 de 20 de diciembre de 1994	Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor.	Competencia y derechos del consumidor
Decreto No. 30 de 19 de abril de 1886	Código Civil	Incumplimiento contractual y responsabilidad
Ley No.6209	Ley de Protección al Representante de Casas Extranjeras.	Pago de indemnizaciones referidas a terminación del contrato, eventuales daños y perjuicios, y a indemnizaciones complementarias entre las cuales se comprende el stock, la clientela, las inversiones y los derechos de los trabajadores.

Elaboración propia. LNTCH, Despacho de la Diputada Ada Acuña Castro.

¿Cuál es el origen y evolución de las franquicias?

El Contrato de Franquicia apareció en los Estados Unidos en 1929, con la marca Singer que se convirtió en el primer sistema de franquiciatarios en América. Al lado de esta marca, surgió también la franquicia de la marca General Motors que se convirtió en una de las más grandes franquicias para la investigación, producción y venta de automóviles.

Otro gran precursor del sistema de franquicias, precisamente, ha sido la compañía Coca Cola a través de sus embotelladoras.

Finalmente, cabe recalcar que el auge de las franquicias se dio luego de la Segunda Guerra Mundial, a partir de lo cual se extendió hasta Europa en los años 70.

Para el autor Juan Carlos Botero Campo, *“la franquicia comercial tiene una especial importancia en el mundo de los negocios, constituyendo una herramienta que tiene el comerciante para incrementar y potencializar su negocio, así como, un modelo que le brinda grandes ventajas a sus inversionistas principalmente representadas en la alta potencialidad de éxito y recuperación de inversión.”*¹

La franquicia es la práctica de utilizar el modelo de negocios de otra empresa o persona a través de un contrato que concede derechos y establece obligaciones a otra empresa o persona, que involucran conocimientos y experiencias probadas durante un tiempo determinado, las cuales le otorgan a la empresa receptora mayores posibilidades de alcanzar éxito en comparación con la suerte que tienen los nuevos negocios que carecen de todos los beneficios de una franquicia. De acuerdo con el abogado Botero Campo la franquicia se reconoce como un modelo de negocios *“en razón a que le permite a las empresas y comerciantes obtener mayores recaudos en la ejecución de sus actividades.”*²

Según la ex directora de Franquicias Colombianas, Beatriz Herrera de Mata, mencionada en el libro: Las Franquicias: Impacto en la Generación de Empleo en Medellín 2004-2009 de Roel Mejía Valencia, se establece que la franquicia es una estrategia comercial de crecimiento para aquellas empresas que cuentan un modelo de negocio exitoso, rentable, con una marca posicionada y registrada en el mercado y con procesos bien documentados.

Según datos del 2021 recopilados por la Cámara de Comercio y el Centro Nacional de Franquicias de Costa Rica, actualmente, existen “355 franquicias operando en nuestro país, de las cuales 66 nacieron en suelo costarricense y 289 son extranjeras. En otras palabras, de cada cinco franquicias en el país, cuatro son internacionales y una es nacional”³.

¹ Botero Campo, Juan Carlos. El contrato de franquicia y su regulación. Legis Editores S.A. Primera Edición, 2020. Página 11.

² Botero Campo, Juan Carlos. El contrato de franquicia y su regulación. Página 9.

³ Cámara de Comercio de Costa Rica y Centro Nacional de Franquicias de Costa Rica. XI Estudio de mercado de franquicias en Costa Rica. Abril, 2021.

Cuadro 2. Primeras franquicias en Costa Rica

Franquicia	Empresa	Año
Internacional	Mc Donald´s	1970
Nacional	Musmanni	1985

En Costa Rica, la Cámara de Comercio ha venido dando apoyo a las pymes en materia de aceleración empresarial bajo el modelo de franquicias. Desde hace varios años, ha venido implementando diferentes programas que son financiados con “fondos de cooperación nacional e internacional otorgando recursos no reembolsables a las Pymes y donde la Cámara aporta valores que van desde el 20% al 50% según el proyecto”⁴.

Además, existen otros espacios para el desarrollo del conocimiento y la promoción de las franquicias como, por ejemplo, la feria regional EXPOFRANQUICIA, que se lleva a cabo, anual y alternadamente, en Costa Rica y Panamá desde hace más de una década; y la Cumbre Centroamericana de Franquicias que se ha convertido en un “espacio de encuentro para generar mayor sensibilización del modelo de franquicias a nivel Regional”.⁵

A continuación, se presenta un cuadro que contempla algunas de las principales asociaciones de franquicias de Latinoamérica y las funciones que éstas cumplen:

Cuadro 3. Asociaciones de franquicias en Latinoamérica

Asociaciones	País	Año	Funciones
Cámara Peruana de Franquicias (CPF)	Perú	2004	Contar con una institución gremial que represente al sector, lo proteja y con el objetivo social de difundir, promover y desarrollar la franquicia en el Perú.
Colfranquicias	Colombia	2012	Estudiar la evolución de este tipo de negocio y de reunir los datos e información necesaria para realizar

⁴ Cámara de Comercio de Costa Rica y Centro Nacional de Franquicias de Costa Rica. XI Estudio de mercado de franquicias en Costa Rica. Abril, 2021.

⁵ Cámara de Comercio de Costa Rica y Centro Nacional de Franquicias de Costa Rica. XI Estudio de mercado de franquicias en Costa Rica. Abril, 2021.

			un seguimiento a las franquicias en Colombia.
Asociación Mexicana de Franquicias	México	1989	Desarrollar y promover acciones que permitan mejorar las condiciones del sector de las franquicias en México.
Centro Nacional de Franquicias	Costa Rica	2013	Promover el desarrollo del esquema de franquicias en el país.

A nivel de derecho comparado, en Latinoamérica, la regulación de las franquicias se ha venido desarrollando en distintos rangos normativos y dentro de dos temáticas específicas como son: normas vinculadas con la propiedad industrial y normas de comercio.

A continuación, se expone un cuadro que contiene cuatro ejemplos de marcos normativos sobre franquicias en Latinoamérica:

Cuadro 4. Marco jurídico sobre franquicias en países de Latinoamérica

País	Norma jurídica
México	Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial
Argentina	Código Civil y Comercial de la Nación
Colombia	Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. Decreto 1074 de 2015.
Brasil	Ley de Franquicias N. 13.966 del 26 de diciembre de 2019.

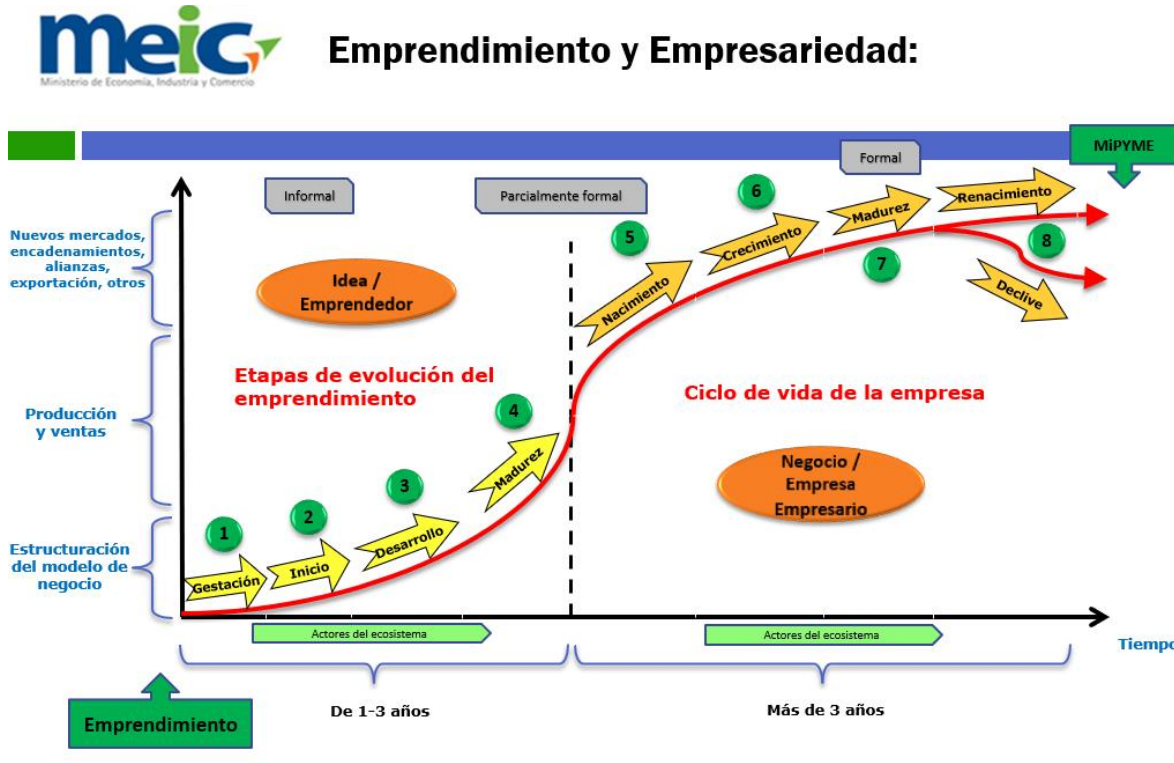
La inclusión de un clausulado general del contrato de franquicia que sea parte de la normativa especial mercantil es parte de la propuesta de ley que tiene como objetivo garantizar el cumplimiento de los derechos y obligaciones y brindar seguridad jurídica a todas las partes.

Otra de las novedades que se incluye en esta iniciativa es la posibilidad de franquiciar que se estaría otorgando a las PYMES que hayan finalizado la etapa de emprendimientos y se encuentre dentro de los tres primeros años de la etapa de

empresariedad, luego de haber pasado la línea hacia la consolidación de la empresa formal. Estas empresas PYMES deberán gestionar sus propias circulares de oferta de franquicia (COF) para poder extender sus negocios mediante el modelo comercial de franquicias.

A continuación, se muestra un gráfico que muestra las etapas de evolución del emprendimiento y el ciclo de vida de la empresas, donde se explica la lógica de la propuesta que permitiría franquiciar a una PYMES cuando el interesado logre garantizar la existencia de un “know How” y de un sistema de licenciamiento de uso de marca durante la etapa de madurez formal de la empresa.

Gráfico 1.



Fuente: Presentación de la **Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME) / Departamento de Emprendimiento, MEIC, 2022.**

En síntesis, la propuesta de ley pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- 1) Resolver el problema del vacío legal existente y crear la regulación especial del contrato de franquicias.

- 2) Promover el modelo de negocios de franquicias como una herramienta para reactivar la economía.
- 3) Brindar seguridad jurídica al modelo de franquicias para atraer inversión y ampliar las opciones de negocio de las empresas nacionales.
- 4) Generar nuevos emprendimientos y fuentes de empleo.
- 5) Apoyar y dar participación a las PYMES dentro del modelo de franquicias.

Por esas razones, someto a consideración de las señoras diputadas y los señores diputados la presente propuesta de ley.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:

LEY PARA LA REGULACIÓN Y EL IMPULSO DE LAS FRANQUICIAS

Artículo 1. Objeto.

La presente Ley tiene por objeto regular e impulsar el modelo comercial de franquicias y establecer los principios y condiciones contractuales esenciales para brindar seguridad jurídica a todas las partes que participan dentro del sistema de franquicias.

Artículo 2. Finalidad.

La presente ley tiene los siguientes objetivos:

- a) Fomentar la cultura del emprendimiento e impulsar el crecimiento de las Pymes dentro del parque empresarial.
- b) Brindar seguridad jurídica a las empresas de franquicia.
- c) Promover el modelo de franquicias en el país.
- d) Crear nuevas fuentes de empleo.

Artículo 3.- Definiciones.

A los fines de la interpretación del presente capítulo se entiende:

- a) **Capacitación y asistencia:** El franquiciador provee al franquiciado y a todo su personal la capacitación necesaria para desarrollar el sistema de franquicias, estableciéndose en el contrato el plazo y las modalidades según las cuales se complementará dicha capacitación. El franquiciador otorgará asistencia al franquiciado, tanto en la capacitación inicial como posteriormente, durante toda la vigencia del contrato de franquicia.
- b) **Confidencialidad:** el contenido y las cláusulas del contrato son confidenciales, lo mismo que los anexos y cualquier otro documento relacionado con la ejecución objeto del contrato.
- c) **Contrato de franquicia:** es aquel en virtud del cual una parte denominada franquiciador otorga a otra llamada franquiciado el derecho de explotar comercialmente un sistema de negocio probado, replicable y transmisible, asociado con derechos de propiedad intelectual convenidos entre las partes, el derecho a utilizar métodos y sistemas para la administración de un negocio o sistema operativo, la entrega de conocimientos y capacitación; recibiendo a cambio una contraprestación económica, directa, indirecta o ambas, por parte del franquiciado, durante el tiempo establecido en el contrato.
- d) **Franquicia mayorista:** es aquella en virtud de la cual el franquiciador otorga a una persona física o jurídica un territorio o ámbito de actuación nacional, provincial o local con derecho de nombrar subfranquiciados, el uso de sus marcas y sistema de franquicias bajo contraprestaciones específicas.
- e) **Franquicia de desarrollo:** es aquella en virtud de la cual el franquiciador otorga a un franquiciado denominado desarrollador el derecho a abrir múltiples negocios franquiciados bajo el sistema, método y marca del franquiciador en una región o en el país durante un término prolongado no menor a cinco años, y en el que todos los locales o negocios que se abren dependen o están controlados, en caso de que se constituyan como

sociedades, por el desarrollador, sin que éste tenga el derecho de ceder su posición como tal o subfranquiciar, sin el consentimiento del franquiciador.

- f) **Partes:** son partes del contrato quien otorga la franquicia, es decir, el franquiciador y el beneficiario de la misma, el franquiciado.
- g) **Pago de derechos por la franquicia:** es el pago inicial de una suma de dinero que el franquiciado paga al franquiciador en contraprestación al otorgamiento de la franquicia y que permite al franquiciador recuperar costos relacionados con la venta de la franquicia y con el soporte al franquiciado, este pago corresponde, generalmente, al canon de entrada.
- h) **Regalías:** equivalen el pago de una suma de dinero definida como un porcentaje de las ventas brutas originadas por el franquiciado, la cual abona periódicamente al franquiciador.
- i) **Sistema de franquicias:** es un sistema de licenciamiento de uso de marca y, a la vez, transmisión de un conjunto de conocimientos prácticos y la experiencia acumulada por el franquiciador, no patentado, que ha sido debidamente probado, secreto, sustancial y transmisible. Es secreto cuando en su conjunto o la configuración de sus componentes no es generalmente conocida o fácilmente accesible. Es sustancial cuando la información que contiene es relevante para la venta o prestación de servicios y permite al franquiciado prestar sus servicios o vender los productos conforme con el sistema de negocios. Es transmisible cuando su descripción es suficiente para permitir al franquiciado desarrollar su negocio de conformidad a las pautas creadas o desarrolladas por el franquiciador.
- j) **Unidad franquiciada o de franquicia:** es el local comercial habilitado y autorizado para el negocio de franquicia dentro de un área debidamente delimitada. Estas unidades incluyen el equipamiento y vestido de la franquicia.

Artículo 4. Principios.

Para efectos de interpretación del contenido del presente capítulo se establecen los siguientes principios:

- a) Principio de rentabilidad mínima: El sistema de franquicias permitirá el establecimiento de un margen de utilidades e ingresos promedio que garantizarán la sostenibilidad del negocio.
- b) Principio de colaboración: El sistema de franquicias impone un deber de acompañamiento y colaboración para el franquiciado durante toda la vigencia del contrato.
- c) Principio de buena fe: Durante las negociaciones precontractuales y contractuales, así como en el tiempo de vigencia del contrato de franquicia e incluso posterior a ese momento, las partes involucradas deberán comunicar actos, hechos e informaciones verdaderas, de forma oportuna y guiar sus actuaciones con la debida diligencia para lograr el éxito del negocio.
- d) Principio de confidencialidad: La información confidencial proporcionada por el franquiciador será considerada como secreto industrial y propiedad del propio franquiciador debiendo conservarla el franquiciado a buen resguardo y con la obligación de devolverlos al franquiciador al momento de la terminación por cualquier causa del contrato respectivo.
- e) Principio de delimitación territorial: La designación del área geográfica para la unidad franquiciada implica la protección de los derechos del franquiciado y solo podrá modificarse por acuerdo de ambas partes.
- f) Principio de estandarización: Toda unidad de franquicia es esencial para el sistema de franquicias y, por consiguiente, resulta fundamental adherirse a los estándares, políticas y procesos de la empresa franquiciadora para el manejo uniforme del negocio, imagen y marcas de toda la red de franquicias.
- g) Principio de exclusividad bilateral: el franquiciador no puede autorizar otra unidad franquicia ni vender directamente o a través de terceros en el mismo territorio, excepto con el consentimiento del franquiciado. El franquiciado debe desempeñarse en los locales indicados, dentro del territorio concedido

o zona de influencia y no puede operar por sí o por terceras personas unidades de franquicia, negocios o actividades similares que impliquen competencia.

ARTÍCULO 5.- Circular de oferta de franquicia.

El prospecto de la oferta de franquicia comprende el conjunto de informaciones referidas a la empresa franquiciadora que servirán para la toma de decisiones

Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se le pretenda conceder, con al menos treinta días naturales de antelación a la celebración del contrato de franquicia respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa, en los términos que se establezcan en esta ley.

La información precontractual sobre el modelo de negocio deberá constar por escrito y ser veraz, clara, concisa, objetiva, verificable y se referirá a:

1. Datos de la identificación del franquiciador: nombre o razón social, domicilio y datos de inscripción en el Registro Mercantil cuando proceda.
2. Acreditación de tener concedido y en vigor, el título de propiedad o licencia de uso de marca y signos distintivos de la entidad franquiciadora y la duración de la licencia.
3. Descripción general del sector de actividad objeto del negocio de franquicia, que abarcará los datos más importantes de aquél.
4. Experiencia de la empresa franquiciadora, que incluirá, entre otros datos, la fecha de creación de la empresa, las principales etapas de evolución y el desarrollo de la red de franquicia.
5. Contenido y características de la franquicia y de su explotación, que comprenderá una explicación general del sistema de negocio objeto de la franquicia, las características del saber hacer y de la asistencia comercial o técnica permanente y de preapertura que el franquiciador suministrará a sus franquiciados, así como una estimación de las inversiones y gastos necesarios para la puesta en marcha de un negocio tipo. En el caso de que

el franquiciador haga entrega al potencial franquiciado individual de previsiones de cifras de ventas o resultados de explotación del negocio, estas deberán estar basadas en experiencias o estudios que estén suficientemente fundamentados.

6. Estructura y extensión de la red en el país, que incluirá la forma de organización de la red de franquicia y el número de establecimientos implantados en el país, distinguiendo los explotados directamente por el franquiciador de los que operen bajo el régimen de cesión de la franquicia, con indicación de la población en que se encuentren ubicados y el número de franquiciados que hayan dejado de pertenecer a la red que se encuentran en el país en los últimos dos años, con expresión de si el cese se produjo por expiración del término contractual o por otras causas de extinción.
7. Definición del territorio o zona territorial que explotará la franquicia, precisando si el territorio es exclusivo o no y si es preferencial o no, así como los criterios de ubicación en los casos que sean aplicables.
8. Elementos esenciales del acuerdo de franquicia, que recogerá los derechos y obligaciones de las respectivas partes, duración del contrato, condiciones de resolución y, en su caso, de renovación del mismo; contraprestaciones económicas, pactos de exclusividad, y limitaciones a la libre disponibilidad del franquiciado del negocio objeto de la franquicia.
9. Asistencia, publicidad, soporte informático y entrenamiento provisto por el franquiciador, cuando sea procedente.
10. Estimación de la inversión inicial.
11. Información sobre el esquema de proveedores obligatorios y libres, cuando sea procedente.
12. Financiamiento, si existe la posibilidad.
13. Patentes, Derechos de Autor e Información no Divulgada Confidencial de la cual el franquiciador exige rigurosidad en el manejo o indisponibilidad sin previo consentimiento suyo.
14. Políticas sobre renovación, terminación, transferencia y solución de controversias.

15. Capacitación inicial, cuántos días dura y quién la paga.
16. Figuras públicas o personas que avalan la franquicia, cuando proceda.
17. Proyecciones financieras que incluya, pero no se limite a las utilidades de ingresos, gastos y rentabilidades para el punto de venta de la unidad franquiciada. Las proyecciones son meramente informativas y no tienen carácter vinculante; estarán basadas en la experiencia histórica del franquiciador con unidades propias y franquiciadas.
18. Información sobre las cifras históricas del número de franquiciados y litigios sostenidos.
19. Contratos existentes, un inventario actual de las relaciones activas de franquiciamiento dentro del sistema.

El potencial franquiciado remitente de esta información deberá protegerla y utilizarla única y exclusivamente para que pueda decidir libremente y con conocimiento de causa su incorporación a la franquicia; pero en todo caso estará imposibilitado para compartir o revelar la información con terceros.

ARTÍCULO 6.- Registro de empresas franquiciadoras.

Créase el registro de empresas franquiciadoras que estará a cargo de la Cámara de Comercio de Costa Rica y deberá incluir la identificación precisa de las personas jurídicas que se constituyan en empresas franquiciadoras y de conformidad con lo dispuesto en la presente ley y su reglamento.

En este registro se inscribirán los aspectos esenciales del prospecto de franquicias que no quebrante el principio de confidencialidad y los secretos industriales.

Este registro será de naturaleza informativa y de acceso gratuito y no generará ningún tipo de pago adicional a la inscripción o renovación del registro.

ARTÍCULO 7.- Contrato de franquicia.

El contrato de franquicia deberá constar por escrito y cumplir, al menos, con los siguientes requisitos:

- a) La identificación de las partes con su domicilio.
- b) La descripción del sistema de negocio de franquicia.
- c) La zona geográfica en la que el franquiciado ejercerá las actividades objeto del contrato.
- d) La ubicación, dimensión mínima y características de las inversiones en infraestructura, respecto del establecimiento en el cual el franquiciado ejercerá las actividades derivadas de la materia del contrato.
- e) Las políticas de confidencialidad de la información.
- f) La autorización y las políticas para el uso de los derechos de propiedad intelectual comprendidos por el sistema de franquicias.
- g) Las obligaciones y derechos de las partes.
- h) Las políticas de inventarios, mercadotecnia y publicidad, así como las disposiciones relativas al suministro de mercancías y contratación con proveedores, en el caso de que sean aplicables.
- i) Las políticas, procedimientos y plazos relativos a los reembolsos, financiamientos y demás contraprestaciones a cargo de las partes en los términos convenidos en el contrato.
- j) Los criterios y métodos aplicables a la determinación de los márgenes de utilidad o comisiones de los franquiciados.
- k) Las características de la capacitación técnica y operativa del personal del franquiciado, así como el método o la forma en que el franquiciador otorgará asistencia técnica.
- l) Los criterios, métodos y procedimientos de supervisión, información, evaluación y calificación del desempeño, así como la calidad de los servicios a cargo del franquiciador y del franquiciado.
- m) Establecer si el franquiciado estará obligado a adquirir y usar un sistema de cómputo específico para la gestión del punto de venta, cuando resulte aplicable.
- n) Los términos y condiciones para subfranquiciar, en caso de que las partes así lo convengan.
- o) La duración del contrato.

- p) Determinación de las causales de terminación del contrato de franquicia.
- q) Los términos de renovación o prórroga, así como de resolución del contrato.
- r) Los incumplimientos, multas, cláusulas indemnizatorias, sanciones y mecanismos de resolución de controversias.
- s) Los supuestos bajo los cuales podrán revisarse y, en su caso, modificarse de común acuerdo los términos o condiciones relativos al contrato de franquicia.
- t) Establecer a cuál legislación estará sometido el contrato de franquicias.
- u) Manifestación de la posibilidad de hacer reinversiones en la franquicia.

Este artículo se sujetará, en lo conducente, a lo dispuesto en el Reglamento de la presente Ley.

En caso de que la información facilitada no sea veraz, dará derecho al franquiciado, además de exigir la nulidad del contrato, a demandar la devolución de todas las sumas de dinero por concepto de cuotas de franquicia y regalías que haya pagado al franquiciador o a terceros por él indicados así como los daños y perjuicios ocasionados por el incumplimiento.

ARTÍCULO 8.- Prohibiciones sobre clausulado abusivo.

No podrán establecerse cláusulas en el contrato de franquicia que establezcan alguna de las siguientes disposiciones:

- a) **Prohibición de ventas pasivas:** aunque exista exclusividad del territorio, los franquiciados pueden realizar ventas pasivas, es decir, servir a clientes fuera de su territorio de exclusividad siempre a demanda de los mismos.
- b) **Duración de las cláusulas de no competencia:** se establece en cinco años el período máximo de vigencia de las cláusulas de no competencia. Igualmente, se señala que las cláusulas de no competencia que se renuevan, tácitamente, a partir de cinco años son nulas.
- c) **Las cláusulas de no competencia post-contractuales:** se admiten siempre que sean imprescindibles para proteger el know-how y se refieran,

únicamente, al local o territorio de exclusividad concedido. Sin embargo, no se puede estipular una duración superior a un año desde la finalización del contrato, aunque existe la posibilidad de imponer una restricción ilimitada en el tiempo, relativa al uso y la cesión de conocimientos técnicos que no sean de dominio público.

ARTÍCULO 9.- Obligaciones del franquiciador.

Toda empresa que vaya a implementar un sistema de franquicias deberá contar con al menos tres años de evolución empresarial en el sector respectivo, en el país o en el extranjero, y desarrollar su propia circular de oferta de franquicia donde se demuestre que cumple con todas las condiciones para poder franquiciar. Además, deberá inscribir la oferta de franquicia en el registro respectivo de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 de la presente ley.

Una vez firmado el contrato de franquicia el franquiciador deberá cumplir las siguientes obligaciones:

- a) Transferencia de conocimientos: el franquiciador deberá transferir al franquiciado todos los conocimientos comerciales y técnicos que sean necesarios para el desarrollo del contrato. Deberá brindar un acompañamiento en la etapa de preapertura del negocio y asumir una labor de formación del continuo del franquiciado. Además, será el responsable de los resultados negativos de una formación infructuosa.
- b) Registro: registrar y mantener vigentes los elementos de propiedad intelectual objeto de la explotación y en caso de ser necesario ese registro se ilustrará.
- c) Asistencia técnica: suministrar al franquiciado cualquier tipo de entrenamiento o ayuda respecto del desarrollo comercial y técnico del negocio durante la vigencia del contrato.
- d) Garantías operativas: garantizar la provisión de bienes o servicios a cargo del franquiciador o de terceros designados por él, en cantidades adecuadas

y a precios razonables, según usos y costumbres comerciales locales o internacionales; y que los procedimientos que se utilizan para la obtención y comercialización del producto o la prestación del servicio sean idóneos para obtener el resultado esperado.

- e) Actualización tecnológica: mantener al día la tecnología, de tal manera que sea apta y competitiva.
- f) Suministro de controles: suministrar al tomador de un sistema de control y supervisión respetando la exclusividad que le ha concedido.
- g) Defender y proteger el uso por el franquiciado, en las condiciones del contrato, de los derechos de propiedad intelectual e industrial incluidos en el contrato.

ARTÍCULO 10.- Reservas del franquiciador.

Todo franquiciador tendrá el derecho de otorgar o no subfranquicias así como de prohibir o limitar la cesión del contrato de franquicia.

El franquiciador mantendrá su derecho de modificar el sistema de franquicias en cualquier momento, lo que podrá incluir cambios o modificaciones en marcas, imagen interna y externa, productos, presentaciones, servicios y en cualquier otro de los elementos constitutivos del sistema de franquicias.

ARTÍCULO 11.- Obligaciones del franquiciado.

Son obligaciones mínimas del franquiciado:

- a) Cubrir todos los costos y gastos de equipamiento, pre-operativos y de arranque necesarios para la apertura de la unidad de franquicia.
- b) Desarrollar efectivamente la actividad comprendida en la franquicia, cumplir las especificaciones del manual de operaciones y las que el franquiciador le comunique en cumplimiento de su deber de asistencia técnica.
- c) Proporcionar las informaciones que razonablemente requiera el franquiciador para el conocimiento del desarrollo de la actividad y facilitar las inspecciones que se hayan pactado o que sean adecuadas al objeto de la franquicia.

- d) Abstenerse de actos que puedan poner en riesgo la identificación o el prestigio del sistema de franquicia que integra o de los derechos de propiedad intelectual o industrial propiedad del franquiciador, y cooperar, en su caso, en la protección de esos derechos.
- e) Mantener la confidencialidad de la información reservada que integra el conjunto de conocimientos técnicos transmitidos y asegurar esa confidencialidad respecto de las personas, dependientes o no, a las que deban comunicarse para el desarrollo de las actividades. Esta obligación subsiste después de la expiración del contrato.
- f) Explotar el formato de negocio de conformidad con las condiciones pactadas en el contrato.
- g) Cumplir con las contraprestaciones comprometidas, entre las que pueden pactarse contribuciones para el desarrollo del mercado o de las tecnologías vinculadas a la franquicia.
- h) Cumplir con todas las leyes y reglamentos vigentes, incluyendo aquellos relacionados con la protección del ambiente, salubridad, asuntos fiscales y de seguridad, así como la obtención de licencias de funcionamiento, prevención de incendios, licencia de anuncios, uso de suelo y bioseguridad alimentaria.

ARTÍCULO 12.- Derechos del franquiciado.

Durante el tiempo de vigencia del contrato el franquiciado tendrá los siguientes derechos:

- a) Derecho a usar la propiedad intelectual.
- b) Derecho a recibir asistencia técnica continua y servicios por parte del franquiciador.
- c) Derecho exclusivo de las empresas PYMES que decidan adquirir una franquicia para mantenerse dentro del Régimen de Tributación Simplificada de acceso y retiro voluntario relativo a los impuestos sobre la renta y general sobre las ventas, durante los primeros dos años de haber obtenido la franquicia, así como conservar todos los beneficios concedidos mediante las

leyes No. 8262 del 2 de mayo de 2002, No. 6054 del 14 de junio de 1977, No. 7092, de 21 de abril de 1988, No. 6826 del 08 de noviembre de 1982 y sus respectivos reglamentos.

- d) Derecho a exigir la nulidad del contrato por incumplimiento de la entrega de la información veraz de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 de la presente ley.
- e) Derecho a demandar, durante el primer año de la celebración del contrato, la devolución de todas las sumas de dinero pagadas por concepto de cuotas de franquicia y regalías al franquiciador o a terceros por él indicados, así como los daños y perjuicios ocasionados por el incumplimiento del deber de brindar información veraz, según lo dispuesto en el artículo 7 de la presente ley.

ARTÍCULO 13.- Responsabilidad de las partes.

El franquiciador y el franquiciado responderán individual e independientemente por sus obligaciones comerciales, tributarias y laborales sin que pueda inferirse una solidaridad pasiva o subsidiaria.

No existirá ninguna clase de relación jerárquica entre las partes contratantes.

El contrato de franquicia existirá de manera independiente respecto de otros contratos mercantiles o civiles que puedan desarrollarlo o complementarlo, o cualquier otro que no resulte incompatible con su naturaleza y propósito.

No existirá obligación del franquiciado de enajenar sus activos al franquiciador o a quien éste designe al término del contrato, salvo pacto en contrario. Tampoco existirá obligación del franquiciado de enajenar o transmitir al franquiciador en ningún momento, las acciones de su sociedad o hacerlo socio de la misma, salvo pacto en contrario.

ARTÍCULO 14.- Causales de terminación del contrato.

Las causas de terminación de la relación contractual de franquicia son las siguientes:

- a) Incumplimiento de las obligaciones.

- b) Vencimiento del plazo de duración del contrato.
- c) Muerte o incapacidad de cualquiera de las partes.
- d) Quiebra de cualquiera de las partes.
- e) Por violación al principio de buena fe.
- f) Por mutuo acuerdo entre las partes.

ARTÍCULO 15.- Normas supletorias.

En lo no regulado expresamente en esta Ley se estará a lo dispuesto en el Código Civil, Decreto No. 30 de 19 de abril de 1886.

TRANSITORIO ÚNICO. – Para el caso de las empresas PYMES que decidan implementar el sistema de franquicias y cumplan con los requisitos y obligaciones establecidas en la presente ley, se les concederá el plazo de 24 meses para que puedan realizar el traslado al régimen tributario general del Impuesto al Valor Agregado y el Impuesto sobre la Renta.

Rige a partir de su publicación.

ADA ACUÑA CASTRO

DIPUTADA

El expediente legislativo aún no tiene Comisión asignada