

LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL VENEZOLANA

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL P.P. PARA LA EDUCACION SUPERIOR
UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
CARRERA: DERECHO**



**LOS CONTRATOS DE FRANQUICIAS
EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL VENEZOLANA**

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar el título de Abogado

**Tutor Académico:
Prof. Franmi Hernández**

**AUTORES:
Aldana Paola C.I: 26.866.378
Geraldo Dubraska C.I: 25.780.778**

San Diego, Marzo del 2020

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

**MINISTERIO DEL P.P. PARA LA EDUCACION SUPERIOR
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
COORDINACIÓN DE PASANTÍAS**



**LOS CONTRATOS DE FRANQUICIAS
EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL VENEZOLANA**

CONSTANCIAD E APROBACION

Nombre, firma y cédula de identidad del Tutor Académico

Nombre, firma y cédula de identidad del Primer Jurado

Nombre, firma y cédula de identidad del Segundo Jurado

Tutor Académico:
Prof. Franmi Hernández

AUTORES:
Aldana Paola C.I: 26.866.378
Geraldo Dubraska C.I: 25.780.778

San Diego, Marzo del 2020

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo se lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres Wilton y Lilian quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre, Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres.

Y finalmente en memoria de mis Abuelos José y Estella por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Paola A. Aldana Z.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer.

A mis padres por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí

AGRADECIMIENTOS

Doy Gracias primeramente a Dios por darme la oportunidad de vivir esta experiencia y brindarme sabiduría y salud para seguir adelante y no fallarme en los momentos difíciles y por ayudarme a culminar una meta más en mi vida.

Agradezco a mis padres por apoyarme siempre en todas mis metas, a mi mamá Lilian Zavala por ser mi guía y mi soporte, por los valores que me has inculcado, por ayudarme a crecer y a ser mejor persona cada día más, a mi papá Wilton Aldana por todas sus enseñanzas y todo su cariño, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación a lo largo de toda mi vida, a mis hermanos Milangela, Wilton y Megan que los amo con todo mi ser, a mis abuelos, en especial a mi abuelo José Salom y mi abuela Estela González, y a toda mi familia por su amor y apoyo siempre.

A María Zavala por ser una persona excepcional, mi cómplice y siempre estar ahí para mi alentándome, apoyándome y brindándome todo su cariño durante todo mi periodo de estudio, a Vanessa Aldana por creer en mí siempre y ayudarme en los tiempos más difíciles, sé que siempre contare con su apoyo incondicional.

A mi Casa de estudio la Universidad José Antonio Páez, mi Alma mater, lugar donde adquiriré todos mis conocimientos y mi formación como profesional, así como a todos mis profesores que fueron parte de mi formación académica en especial al Abg. Fernando Guevara, Abg. María Afanador y al Abg. Franmi Hernández por su paciencia, dedicación, apoyo y amistad.

De igual manera a mi compañera de tesis Dubraska Geraldo por ser parte de este proyecto y estar en el desarrollo y evolución del mismo, por su amistad incondicional y sincera y todo el apoyo brindado a través de lo que fue este último semestre. Y finalmente a mis compañeros de clase y amigos, Fabiany González, Leonel Gómez y Elianmar Ríos por hacer de mi experiencia universitaria una de las mejores mil gracias por todo su apoyo y amor.

Paola A. Aldana Z.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar un sincero agradecimiento, en primer lugar a Dios por brindarme salud, fortaleza y capacidad, quien con su bendición llena siempre mi vida.

A mis padres Luis Geraldo y Norelys Gil quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mi el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios esta conmigo siempre.

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo, en especial a mis abuelos Juan Gil y Nicaulys Guzmán, como también a mi tío José Luis Gil.

De igual manera mis agradecimientos a la Universidad José Antonio Páez, a toda la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, a mis profesores en especial al abg. Fernando Guevara, abg. María Afanador y al abg. Franmi Hernández quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

A mi compañera de tesis Paola Aldana por la dedicacion y apoyo a lo largo de la elaboración del trabajo de grado y en especial a mi cómplice Luis García por ser mi fiel compañero, por ayudarme y acompañarme en todo lo que fue nuestro último semestre.

Finalmente quiero agradecer a mis amigas, Denis Simoes, Audalis Aguilar, Jhosenny Pérez, Catherin y Mariela Bedoya, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, de verdad mil gracias hermanitas, siempre las llevo en mi corazón.

ÍNDICE

	Pp.
CONSTANCIA DE APROBACION.....	III
RECONOCIMIENTOS.....	IV-V
AGRADECIMIENTOS.....	VI-VII
CONTENIDO.....	VIII
RESUMEN INFORMATIVO.....	IX
INTRODUCCION.....	10-11
I EL PROBLEMA	
1.1.- Planteamiento del Problema.....	12-14
1.2.- Objetivos de la Investigación.....	14
1.2.1.- Objetivos General.....	14
1.2.3.- Objetivos Específicos.....	14
1.4.- Justificación e Importancia del Estudio.....	14-15
II. MARCO TEORICO	
2.1.- Antecedentes Históricos e Investigación.....	16-20
2.2.- Bases Teóricas.....	20-30
2.3.- Bases Legales.....	31-34
2.4.- Definición de Términos Básicos.....	34-35
III MARCO METODOLÓGICO.....	
3.1.- Tipo de Investigación.....	36
3.2.- Métodos y Técnicas de Investigación.....	36-38
3.3.- Fases Metodológicas o de Investigación.....	38-41
3.4.- Fuentes del Conocimiento Jurídico.....	41
IV RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
4.1.- Resultados.....	42-43
4.2.- Conclusiones.....	44-45
4.3.- Recomendaciones.....	46
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	47

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL P.P. PARA LA EDUCACION SUPERIOR
UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y POLÍTICAS
ESCUELA DE DERECHO
CARRERA: DERECHO**



**LOS CONTRATOS DE FRANQUICIAS
EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL VENEZOLANA**

Tutor Académico:
Prof. Franmi Hernández

AUTORES:
Aldana Paola C.I: 26.866.378
Geraldo Dubraska C.I: 25.780.778

Fecha: Marzo del 2020

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo principal analizar los contratos de las franquicias y la conveniencia de una regulación legal especial en Venezuela, planteándose como objetivos específicos: diagnosticar la situación actual del modelo comercial de las franquicias en Venezuela, definir el contrato de franquicia y sus características, establecer los elementos de validez de los contratos de franquicias, explicar el marco jurídico de las franquicias en Venezuela, diferenciar los aspectos álgidos en las Franquicias y definir el modelo de regulación legal especial en Venezuela. La metodología fue descriptiva documental y para el levantamiento de la información se utilizó la observación documental, que permitieron llegar a conclusiones y recomendaciones pertinentes al tema en estudio.

INTRODUCCIÓN

En Venezuela los sistemas de franquicias se han desarrollado como boom de negociacion rapida y de potencial multiremunerador, tanto por los contratantes o franquiciantes como para los contratados o franquiciados.

El sector de franquicias en el pais esta representado por mas de 200 empresas venezolanas y multinacionales, de las cuales se conocen han sido agrupadas en la Camara Venezolana de Franquicias (Profranquicias) y otras en la Asociacion Venezolana de Franquicias (AVF) algunas restantes permanecen sin ningun tipo de afiliacion.

Sin embargo, esta manera de comercializacion de forma de franquicia carece en la actualidad venezolana de una verdadera legislacion juridica que regule los canones de contratacion, definan las figuras que intervienen y tipologice sus maneras y subclasificaciones, en vista de que estos comercios se manifiestan entre personas conforme a lo cual sus estipulaciones son ley entre partes, siempre y cuando las disposiciones contenidas en ellos no vulneren el orden publico ni las buenas costumbres.

La figura de la franquicia no ha sido regulada por la legislacion venezolana, aplicandose en estos casos el principio de la autonomia de la libertad contractual que se especifica sobre cualquier modalidad celebrada entre partes, de mutuo acuerdo y bajo acuerdos y obligaciones preestablecidas.

No obstante los riesgos y limitaciones que pueden tener este tipo de negocios, por una parte y la necesidad de conocer los medios juridicos y legislativos que puedan regular este tipo de negocio, han incentivado la investigacion para identificar las normas que rigen la contratacion, los canones de actuacion, las partes intervinientes.

En tal sentido es importante obtener informacion sobre las particularidades del sistema de franquicias, sus características y posibles inconvenientes, tomamdo en cuenta que la situacion actual del sector en venezuela ofrece la alternativa de aplicacion juridica, mediante la norma aplicable, asi como los deberes y derechos que se deriven de ella, lo posibles vacios juridicos y las exigencias financieras que lo limitan.

Por tal razon, el siguiente trabajo de grado, sera de utilidad a la gran mayoria de inversionistas incipientes quienes teniendo conocimientos previos al respecto, sentira mas confianza para el momento de la inversion, a que es precisamente esta informacion, la que esta vedada al que solicita la franquicia por no existir lineamientos juridicos que ampare la negociacion de franquicias ni sus procedimientos y operaciones.

En el presente trabajo de grado, se ha decidido estructurar en 4 capitulos que se describen a continuacion: En el capitulo 1, se plantea la interrogante de una legilacion en la contratacion de franquicias en la actividad comercial venezolana, los objetivos general y especificos a lograr, en el capitulo 2, se expondran los antecedentes historicos, bases teoricas y legales, en el capitulo 3 se expondran la parte metodologica de la investigacion y en el capitulo 4 los resultados, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en Venezuela no existe una legislación específica y clara que diferencie la actividad Franquiciaría de otras actividades comerciales. La creación de un marco legal podría impulsar o frenar el crecimiento del Sector, dependiendo del contenido de dichas regulaciones.

Como la franquicia es un sistema comercial y existe un contrato mediante el cual se regulan las partes, este necesariamente debe ser de índole mercantil, por lo cual aplica el Código de Comercio y las teorías clásicas de derechos y obligaciones. En este sentido, hay tres legislaciones de mucho interés para el sistema de franquicias, ellas son: La Ley de Propiedad Industrial; la Ley de Procompetencias; y la Ley de Protección al Consumidor.

Ante la falta de regulación expresa sobre el sistema de franquicias como tal, existe por naturaleza humana, el elemento de la Autorregulación, que se ha mostrado empíricamente en Venezuela de la siguiente forma:

La autorregulación entre las propias partes involucradas en el contrato, dado que no existe una norma, expresa sobre el tema, en la que se deben obligar las partes. Por esto, los franquiciantes han desarrollado contratos que prácticamente lo delimitan todo para evitar problemas.

Otro punto de autorregulación ya no es entre las partes, sino a nivel gremial, y es donde directamente actúa la Cámara Venezolana de Franquicias como organismo gremial del sector en Venezuela. Este organismo ha establecido un Código de Ética, en el que estipula el deber de ser de las franquicias, para que en caso de incumplimiento, sin ser un instrumento legal tache de inmoral la actitud usada. Los miembros de la Cámara aceptan a su ingreso el cumplimiento fiel del Código ya que su incumplimiento puede llevar a la suspensión e incluso expulsión.

Según la Ley de Precompetencia, existen artículos a los cuales el sistema de Franquicias viola directamente, porque la empresa Franquiciante obliga, y se obliga a prácticas restrictivas a la libre competencia. Por ejemplo, la empresa franquiciante le obliga a la empresa franquiciada a vender un determinado tipo de productos (restricción de la competencia), a venderlos a unos precios sugeridos u obligados (cartelización de precios), a no competir en una geografía distinta al punto dado (restricción a la competencia) e incluso ella misma se obliga a no participar directamente en el punto garantizado de la zona exclusiva dada (restricción a la competencia). Lo que ocurre es que a nivel internacional, y en ello no escapa Venezuela, son más las ventajas que ofrecía el sistema, que las desventajas a nivel de competencia, y es por ello que se le otorgaba un permiso vía interpretativa.

Anteriormente se hablaba de que no fuera solo a nivel de interpretación, ya que si hoy se interpretan de una manera, mañana puede ser de otra, y la informalidad generaba un riesgo, por lo cual se hablaba mucho de la necesidad de que Procompetencia dictara el Reglamento de Excepción, para el sistema de las franquicias, lo que no sucedió. Curiosamente emitieron unos lineamientos publicados en Gaceta Oficial, en donde se hace una reflexión interna y oficial denominada "lineamientos" en materia de franquicias.

Es de hacer resaltar que lo que más abunda es un desconocimiento sobre los aspectos básicos de este formato de negocios, siendo necesario para el futuro obtener información sobre las particularidades del sistema de franquicias, sus características, ventajas, normativas aplicable y los deberes y derechos que se derivan de esta, los posibles

vacíos jurídicos, tomando en consideración que en el ordenamiento del contrato de franquicia, el mismo es atípico porque estos no se encuentran regulados específicamente, no existe una Ley específica para este sector que establezca entre otros aspectos, los requisitos mínimos de información que debe entregar el franquiciante al franquiciado antes de la firma del contrato de franquicias en la actividad comercial venezolana, a fin de que este pueda tomar una decisión bien sustentada.

1.1.- Objetivo General.

1. Analizar la falta de legislación sobre los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana.

1.2.- Objetivos Específicos.

1. Diagnosticar la situación actual del modelo comercial de las franquicias en Venezuela.
2. Identificar las posibles consecuencias que tendría la falta de una legislación sobre los contratos de franquicia en la actividad comercial venezolana.
3. Establecer los aspectos jurídicos primordiales que generen la necesidad de una legislación o regulación en los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana.

2.- Justificación e Importancia.

Esta investigación permitirá que el lector conozca las particulares formas económicas y jurídicas que se presentan dentro del desarrollo de la franquicia, que es una franquicia, sus ventajas y desventajas.

Las franquicias en Venezuela es un negocio que se encuentra entre los más lucrativos de y su crecimiento en los últimos años es tan prolífero que se compara con el sector de las

telecomunicaciones; además, ya no se limita como en un principio a las comidas rápidas, sino que por el contrario expande su oferta a lavanderías, centros de belleza, tiendas de regalos y envío de correspondencia, entre otros.

El hecho de que exista una normativa brinda una mayor seguridad a las partes al saber el norte de la legalidad o ilegalidad del esquema, y obviamente el hecho de que existe la ley permite conocer la directriz para operar de una manera que no solamente va a ser tachada moralmente a través de la violación del Código de Ética, sino que se comienza a considerar ilegal.

El interés que despierta el negocio de las franquicias en Venezuela ha generado importantes inversiones provenientes de empresas extranjeras. Debido a este éxito, muchos negocios locales han decidido transformar sus esquemas y han creado novedosos patrones con sabor local, bajo la convicción de que esta modalidad permite, en muchos casos, una mayor rentabilidad y expansión de la marca por lo tanto es importante que exista una legislación que regule los contratos de franquicias en Venezuela.

Esta investigación será de gran utilidad porque dará a conocer la importancia que tiene el contrato de franquicia como piedra angular de la relación jurídica entre Franquiciador y Franquiciado, estableciendo las obligaciones y derechos de las partes y las directrices que se asumirán durante la vigencia de la relación contractual. Por ello, este instrumento merece una atención especial, puesto que regula el cumplimiento del contrato y la necesidad de una regulación legal específica que de respuestas a todas las dudas e interrogantes existentes en las partes al momento de iniciar el contrato.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1.- ANTECEDENTES HISTORICOS

“Franc” o “Cartas Francas” era como se conocía la palabra franquicia en la edad media. Se denominaba así a los privilegios o derechos que se otorgaban para realizar actividades como la caza y la pesca en determinados territorios.

En el Siglo XVII, nace la palabra “Franquicia” que significaba una concesión de derechos que permitían el traslado de un producto de un lugar a otro.

La primera ola de franquicias a nivel mundial fue durante el siglo XVIII, cuando cerveceros alemanes ofrecían su producto a algunas tabernas únicamente. Posteriormente aparece Estados Unidos como segundo país pionero en franquicias.

La historia de las franquicias en los Estados Unidos nace a partir de la Primera Guerra Mundial, período en el que las compañías se dieron cuenta de que era más rápido crecer a través de un sistema de franquicia, que les permitía la expansión de sus negocios y una mayor rentabilidad de los mismos.

En el siglo XIX, la compañía Singer Sewing Machine Company se inició en el sistema de franquicia; posteriormente para 1850, la compañía estadounidense McCormick Harvesting

Machine Company tenía varios locales comisionados para venta y mantenimiento de su maquinaria.

Para finales del siglo XIX y principios de siglo XX, es cuando empieza el «boom» de franquicias en los Estados Unidos, gracias a la culminación de la guerra civil, grandes avances en comunicaciones y nuevos avances en sistemas de transporte.

Durante dicha época el sistema de franquicias como modelo de negocio se hizo común entre diversos sectores con empresas como: General Motors, Ford, Coca Cola, Seven Up, Avon, entre muchas otras, que decidieron unirse a la cultura de las franquicias.

Posteriormente, el «boom» de las franquicias se hace más fuerte en los Estados Unidos, cuando finaliza la Segunda Guerra Mundial y las condiciones laborales y sociales de la nación son aún más favorables para el sistema de franquicias; se inicia para este momento el auge de franquicias en los sectores hoteleros y de comida rápida.

Actualmente, Estados Unidos es conocido como la cuna de las franquicias a nivel mundial, se mantiene como líder en el mercado mundial en locales franquiciados. Cualquier emprendedor inversionista, de cualquier nacionalidad que desee adquirir una franquicia, fija su mirada en esta nación, pues es en Estados Unidos donde se han establecido durante siglos las empresas de franquicias más exitosas del mundo.

Muchas empresas franquiciadoras que actualmente se conocen, tuvieron su origen entre 1950 y 1960, entre las cuales destacan Dunkin'n Donuts, Kentucky Fried Chicken (KFC), Midas Mufler, Holiday Inn y McDonald's, siendo esta última una de las franquicias con mayor éxito en el mundo entero.

Se comienza a hablar de franquicia en Venezuela a finales de los años 70's, cuando se instala Kentucky Fried Chicken (KFC). Luego en los años 80's, llegan al país las cadenas de comida rápida Burger King (1980) y Pizza Hut (1982), quienes junto a "KFC" se convierten en las empresas precursoras de las franquicias en el país.

A principios de los años 90's comienzan a instalarse en el país los primeros conceptos diferentes a la comida rápida, y asimismo, empiezan a llegar cadenas de comida de diferentes partes del mundo: España, Italia, Alemania, Francia y Canadá. Todo esto producto del desarrollo que en esos países había tenido el sistema de franquicias.

Entonces, los esfuerzos de grupos de emprendedores venezolanos y el impulso de la Cámara Venezolana de Franquicias (PROFRANQUICIAS), causaron el “boom” del sistema de franquicias en el país, desarrollando muchos conceptos criollos, altamente competitivos y exitosos, que comenzaron a ocupar, espacios privilegiados en el ya competido mercado de las cadenas de franquicia en el país.

Es el caso de empresas venezolanas como: Chipi's Burger (1994), American Hot Dog (1995), Don Taco (1995), Googies New York Pizza (1995), Churromanía (1997), Cinamonrolls (1998) y “Juan Chichero” (2000), algunas de las cuales se encuentran incursionado en mercados extranjeros: Googies New York Pizza, (Estados Unidos), Juan Chichero (Ecuador y Estados Unidos) y Churromanía (Estados Unidos, España, Brasil, Puerto Rico, Panamá, Colombia y Costa Rica).

En la actualidad el 50% de las centrales de franquicias establecidas en el país, son venezolanas, 38% son originarias de Estados Unidos y Canadá, el 12% restante provienen de Sudamérica y Europa.

La importancia que para Venezuela ha tenido el desarrollo de las franquicias, se evidencia en cifras económicas alentadoras que nos indican el potencial de este sector y del efecto multiplicador que posee la economía venezolana.

2.2.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Según Tamayo y Tamayo (2003) con los antecedentes se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones y trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación.

En Venezuela existen trabajos de investigación que abordan el tema de la franquicia, entre ellas se puede mencionar la realizada por los autores Baquero y Marjal (2000), quienes realizaron un trabajo sobre “Lineamientos de las Estrategias de Mercadeo que Favorecen la Incurción de las Franquicias Nacionales y Extranjeras en Venezuela”. Plantearon como objetivo general crear lineamientos de las estrategias de mercadeo con la finalidad de beneficiar las franquicias tanto nacionales como extranjeras. Su investigación fue de tipo exploratorio y descriptivo.

Entre las conclusiones destacan que las estrategias de mercado son fundamentales para el logro de objetivos trazados por las empresas, a través de su desarrollo comercial, para todas las franquicias en estudio, resultando sumamente importantes la constante innovación y diversificación del producto ofrecido a los consumidores, proveyéndolos de valores agrados y ajustándolos a las necesidades de los mismos, lo que conlleva a consolidar una marca, en un mercado tan competitivo que se presenta en la actualidad.

Por su parte, Garafalo (2000) elaboró un análisis de la adquisición de franquicias para comercializar productos en Venezuela. Dicho trabajo lo desarrolló en Barquisimeto Estado Lara y lo consideró de tipo experimental y descriptivo, mientras que el tipo de estudio está fundamentado en la investigación de campo apoyado en una revisión bibliográfica. Para recolectar la información necesaria utilizó como instrumento el cuestionario y el análisis de los resultados se encuentran reflejados en gráficos de barra, pastel de porcentaje y tablas de frecuencias, con los respectivos análisis de los ítems establecidos.

Concluyó que el objetivo final de esta investigación, permitió describir los aspectos financieros y legales para desarrollar una franquicia, explicar los beneficios económicos y sociales que este sistema aporta y analizar así mismo, la situación actual de las franquicias en el país. Recomendó a las empresas que deseen expandirse a través de este medio, un programa donde especifica detalladamente cada una de las evaluaciones y estudios que el empresario o comerciante emprendedor deberá realizar para franquiciar su marca y realizar un diagnóstico profundo en materia legal y los derechos comparados que lo sustentan.

Esta investigación, es un aporte significativo al presente trabajo pues sirve como guía para establecer las estrategias de negocio en la regulación legal de una franquicia Venezolana, que le permita soslayar los costos de abrir nuevas unidades y proporcionar una fuente adicional de capital difícil de conseguir.

En este mismo orden y dirección, Cedeño (2000) diseñó una franquicia para la empresa Repuestos La Sindical, C.A. en Barquisimeto estado Lara, es necesario conocer las ventajas de este sistema de negocio.

En cuanto al alcance sólo fue el diseño de franquicias, dejando abierta la posibilidad de realizar estudios posteriores; la población se consideró en base a las franquicias que funcionan en la ciudad de Barquisimeto. Entre las técnicas utilizadas para levantar la información el autor utilizó la observación directa y la encuesta que le permitieron, una vez obtenida la información analizar e interpretar los resultados, concluyendo que es posible el diseño de una franquicia de venta de repuestos, puesto que en definitiva la franquicia tiene por objeto el desarrollo acelerado de las empresas contratantes mediante la conjunción de recursos financieros y humanos en el marco de una relación comercial solidaria, sin embargo no existe un marco Legal apropiado que permita la regulación legal de las franquicias.

La investigación anterior demuestra una vez más la importancia que amerita la creación de un sistema de franquicia bajo un sistema de regulación legal, como herramienta para el crecimiento y desarrollo del negocio con la combinación de talentos humanos y recursos financieros que generan grandes beneficios tanto para el franquiciador como para el franquiciatario.

2.3.- BASES TEORICAS

Comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones estrechamente relacionadas con el tema de investigación que constituyen un punto de vista o enfoque determinado,

dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado. Por lo tanto, las bases teóricas se fundamentaran en los siguientes conceptos:

2.3.1.- La Franquicia.

Se puede definir la franquicia como el acuerdo mediante el cual una persona llamada franquiciador otorga a otra persona natural o jurídica, llamada franquiciado, económica y jurídicamente independientes, el derecho a la distribución comercial y explotación de un producto o servicio bajo su nombre, logo, colores, secretos comerciales, programas y marca, recibiendo como contraprestación el pago de un derecho de entrada más un porcentaje por concepto de regalías, y trasmitiéndole al franquiciado, todos sus conocimientos específicos, su experiencia sobre el negocio original, la ayuda y asistencia técnica necesaria, bajo unas condiciones operativas, comerciales, administrativas, económicas y geográficas preestablecidas y controladas mediante la asistencia permanente del franquiciador.

De acuerdo al Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia define la Franquicia como:

(p.735)

Ahora bien, en Venezuela la Cámara Venezolana de Franquicias – Profranquicias, en su Código de Ética (1999), ha propuesto como definición que:

“

”

Igualmente plantea que:

2.3.2.- Elementos de la Franquicia.

Describir los elementos esenciales que integran una franquicia es determinante para comprender la base del sistema, en las siguientes líneas presentamos de forma precisa la función y utilidad de cada uno de los elementos que conforman esta fórmula empresarial.

1. Elementos Personales: Se trata de personas que intervienen en la relación contractual, generalmente comerciantes. Las partes suelen identificarse como Franquiciante y Franquiciados.

El Franquiciante: La persona física o jurídica que posee una marca y un know how propios y decide cederlos a otra persona (el franquiciado) a cambio de una remuneración económica, es quien aporta elementos tanto materiales (productos, mobiliario, etc.) como inmateriales (marca, logotipo, imagen, técnicas de ventas y distribución, diseño, estilo y know-how), recibiendo a cambio, según lo expresa Kuesta (2000),

. (p. 153).

Franquiciado: La persona física o jurídica que pone en marcha su empresa en asociación con el franquiciador, lo que le permite emprender un negocio cuyo éxito ha sido comprobado, reduciendo de esta manera el riesgo al que se enfrenta.

2. Elementos Reales: pueden subdividirse en elementos esenciales y no esenciales.

Esenciales: Estos están clasificados como:

La Marca: El baluarte del negocio, la clave. El franquiciador posee la propiedad de una marca y cede su uso al franquiciado, que deberá utilizarla conforme a la identidad corporativa y a las instrucciones pertinentes.

Diez de Castro y Galán González (1998) consideran que

Una marca sólidamente posicionada ayuda a la franquicia a ganar clientes. La marca debe ser registrada ante el organismo encargado de ese aspecto y para ello debe evitar ser igual o parecida a una existente

Know-How: El saber hacer, es decir, los procesos, sistemas y normativas propios de la marca. Después de ésta, diría que es el segundo distintivo más importante del negocio, la clave para que la franquicia sea rentable y de éxito. Normalmente, el franquiciado recibirá un manual operativo con los procedimientos a seguir. Según de León (2000)

. (p. 30)

Asistencia técnica o comercial: En algunos casos puede confundirse con el Know-How y consiste en la prestación de ayuda comercial o técnica durante todo el desarrollo de contrato. La asistencia técnica es de carácter personal, pues a diferencia de Know-How que

se transmite o comunica por medio de manuales, ese soporte es prestado directamente por personas.

Contraprestación: Comprende tanto las sumas fijas que paga el Franquiciado al inicio de la relación denominadas canon de entrada, las cantidades que se pagan durante la ejecución del contrato por concepto de regalías y publicidad, así como los pagos por conceptos extraordinarios como entretenimiento y tarifas por servicios de auditoría, consultas, etc.

Territorio: La escogencia y delimitación del territorio es crucial y en muchos casos puede significar el éxito o el fracaso del negocio. Los lineamientos de evaluación de los contratos de franquicia no incluyen al territorio como uno de los elementos esenciales, sin embargo es uno de los de mayor importancia.

No esenciales: Incluyen los siguientes aspectos:

Compromiso de Asistencia o Soporte Financiero: El Franquiciante suele asesorar y orientar al Franquiciado para que pueda acceder a las ayudas financieras que le permitan llevar a cabo el negocio, es decir, entrar en el negocio de Franquicia. El Franquiciante raras veces invierte dinero propio, pero en algunos casos establece mecanismos de pagos flexibles propios o a través de terceros, que hacen posible la adquisición de los equipos que se requieren para desarrollar el concepto de negocio del que se trate.

Cláusulas de Publicidad: Los contratos de Franquicia suelen incluir disposiciones sobre como deberá llevarse a cabo la publicidad y el establecimiento de fondos para estos fines específicos. Usualmente el Franquiciado aportan un porcentaje de sus ganancias al fondo y es el Franquiciante quien fija las políticas de mercadeo y publicidad en beneficio de todo el sistema.

Cláusulas de Confidencialidad: Existe una obligación de reserva o secreto sobre la información que se proporciona en virtud del contrato. La obligación de confidencialidad subsiste, por un tiempo razonable, aún luego de terminado el contrato.

Compra de Insumos y Servicios y Calidad de Productos: Sin que se considere un aspecto esencial al contrato, contiene generalmente la obligación del Franquiciado de efectuar la compra de insumos o la contratación de servicios con ciertos proveedores, en determinadas cantidades y de una calidad específica.

Plazos: Los contratos escritos suelen pactar un término para la duración del contrato, el cual en principio deberían estar atado a las variables del negocio, de forma tal que sean un plazo suficiente para que el Franquiciado pueda recuperar la inversión y obtener ganancias y para el Franquiciante posicione su negocio en el zona. Asimismo, independientemente la duración del contrato, es común que se establezcan renovaciones, incluso automáticas, por periodos iguales o reducidos.

2.3.3.- Clasificación de la Franquicia.

Los diversos grados de funcionamiento y complejidad de las franquicias, han permitido, clasificarlas y según Kuesta (2000), son:

Según los Derechos que se Otorgan

1. Franquicia Individual: es concedida por el propietario de una franquicia master o por el franquiciante inicial a un inversionista individual para el manejo y operación de un solo establecimiento, en un área determinada.

2. Franquicia Múltiple: a través de este tipo de contrato se ceden los derechos de abrir varios establecimientos en un área geográfica definida a un solo franquiciado, el cual está obligado a operarlos todos sin ceder los derechos adquiridos a un tercero.

3. Franquicia Master: el franquiciador cede los derechos de uso de su marca y know how a un franquiciado, para que éste los explote en una región geográfica amplia, a través de productos propios o entregando subfranquicias múltiples o individuales.

Según el Objeto de la Franquicia o Rama de Actividad Económica

1. Franquicia Industrial: en esta franquicia, el franquiciado establece y opera una empresa industrial, bajo los conceptos tecnológicos, asesoría, marca y entrenamientos que le cede el franquiciante.

2. Franquicia de Distribución: el franquiciante cede los productos que él mismo fabrica y/o la marca a sus franquiciados, a cambio de regalías o precios de compra más altos. Sus características básicas se concentran en el desarrollo del producto o servicio, más que en la operación del negocio. Se le concede más libertad al franquiciado, pero a la vez menos aporte operacional.

3. Franquicia de Productos y Marca o Franquicia de Distribución no Exclusiva: el franquiciante otorga al franquiciado la autorización para el uso de su marca, junto con la venta de ciertos productos y/o la prestación de ciertos servicios, que generalmente son abastecidos por el mismo franquiciante a través de su licencia. El franquiciante no otorga exclusividad territorial o del producto, la calidad y la cantidad de apoyo prestada por el franquiciante son mínimas, a pesar de existir algunos requisitos.

Según la Evolución del Concepto, Derechos Cedidos y Transmisión del know – How:
Esta clasificación está asociada al concepto del Know-How la cual se clasifica en:

1. Franquicia de Marca o de Primera Generación: Corresponde básicamente a las licencias de marca. El franquiciante solamente otorga los derechos de uso de una marca, diseño y/o dibujo industrial al franquiciado por una contraprestación financiera establecida y por una sola vez, si es un diseño o moda temporal, o contraprestaciones en el tiempo o regalías, si es un diseño o marca permanente.

2. Franquicia de Negocio o de Segunda Generación: Además de la cesión de la marca se otorga la forma de operación del negocio, la receta, pero esta asesoría no se extiende en el tiempo, ni en la profundidad de los conocimientos transferidos.

3. Franquicia de Formato de Tercera Generación: El Franquiciado recibe un sistema completo para operar el negocio, un plan total que comprende la asistencia por parte del franquiciante en la búsqueda del local adecuado para la instalación del negocio, el entrenamiento y la capacitación del personal en todas las áreas del mismo (este entrenamiento se prolonga durante la existencia del contrato de franquicia).

Es así como el Franquiciante concede al Franquiciado la exclusividad del territorio, y este último comercializa o distribuye los productos o servicios exclusivamente; sin embargo, el Franquiciado recibe manuales de procedimientos, apoyo publicitario, asistencia en la compra de equipos y fuentes adecuadas de materias primas o productos.

2.3.4.- Contrato de Franquicia.

En la actualidad se define al contrato de franquicia como un contrato mercantil en los que una de las partes (el franquiciador) otorga a la otra (el franquiciado), a cambio de una remuneración, el derecho a desarrollar una actividad comercial (actividad de franquicia) en el ámbito de la red de franquicia del franquiciador, para la venta de determinados productos en el nombre y por cuenta del franquiciado, y en los que el franquiciado tiene el derecho y la obligación de utilizar el nombre comercial y la marca del franquiciador, así como otros derechos de propiedad intelectual, el know-how y el método empresarial.

2.3.5.- Características del Contrato de Franquicia.

1. Es un Contrato Comercial: Las partes celebran el contrato con fines de lucro. El franquiciante busca expandir su negocio y obtener beneficios patrimoniales de la celebración del contrato, el Franquiciado por su parte, se interesa en la explotación del negocio con la intención de obtener ganancias.

2. Es un Contrato Bilateral: Porque las partes se obligan recíprocamente, la una a transmitir su Know how, a prestarle asistencia técnica, permitir el uso de la marca y compartir y propiedad intelectual, y la otra paga un precio por ello, a cumplir con los

manuales que se le entreguen y a no revelar el secreto empresarial transmitido. Así como establece el Código Civil en su artículo 1134: "El contrato es unilateral cuando una sola de las partes se obliga; y bilateral, cuando se obligan recíprocamente".

3. Oneroso: porque existe utilidad para ambos contratantes, donde cada uno se graba en beneficio del otro. El contrato de franquicia, ya sea de forma directa o indirecta representa una ventaja para ambas partes.

4. Conmutativo: Porque genera obligaciones equivalentes para ambas partes.

5. Consensual: "los contratos de franquicia nacional e internacional se perfeccionan por el simple acuerdo de voluntades" y por ello, nacen a la vida jurídica con el simple consenso. Sin embargo, para ser oponibles a terceros deben cumplir ciertos requisitos de publicidad.

6. Innominado o Atípico: Porque no se encuentra regulado específicamente en una norma jurídica y aún cuando se le menciona por su nombre en algunos de los textos legales, no se establece una regulación específica del modo en que las partes quedan vinculadas, derechos, obligaciones y extinción del contrato.

7. Adhesivo: porque sus cláusulas son impuestas por el franquiciante en su mayoría sin que puedan ser modificadas unilateralmente por el franquiciatario.

8. De Ejecución Sucesiva: porque las obligaciones de las partes se deben cumplir continuamente en el tiempo de duración.

9. De Colaboración Empresarial: porque las partes persiguen un mismo fin que es propender por el éxito comercial del negocio.

2.3.6.- Ventajas y Desventajas del Contrato de Franquicias.

Las franquicias ofrecen una serie de ventajas al franquiciado frente a la apertura de un negocio con marca propia. Las más generales son:

Menor Riesgo de Fracaso: Al contratar los derechos de explotación de una marca conocida, el franquiciado se beneficia del posicionamiento de la misma, sin necesidad de realizar grandes esfuerzos por hacerse un hueco en el mercado. Éstas se benefician tanto del prestigio adquirido por la marca a lo largo de los años y de sus campañas de marketing. No hay que olvidar, además, que las grandes franquicias disponen de una clientela consolidada y de unos resultados contrastados, factores que ofrecen una mayor seguridad.

Asesoramiento y Asistencia Continua: Otra de las grandes ventajas que ofrecen este tipo de contratos es que te proporcionarán todo lo necesario para poner en marcha y mantener con éxito tu negocio. Las franquicias cuentan con una amplia experiencia y conocimiento de su sector del que te verás beneficiado en todo momento.

Capacitación Inicial: El conocimiento de un producto o poseer técnicas de ventas es imprescindible para el éxito de cualquier negocio. Esto lo saben bien las franquicias, por eso ofrecen una formación inicial para que conozcas a fondo la marca, sus productos y su know how.

No obstante, todo negocio tiene sus contras, también éste. Los principales inconveniente de este contrato se deben a:

Las Condiciones Impuestas por Algunas Franquicias: El contrato de franquicia obliga a adoptar las estrategias y decisiones tomadas por el franquiciador, limitando tus posibilidades de actuación.

El Pago de Derecho y Royalties: Cuanto más prestigiosa sea una marca mayor será el pago que deberás efectuar y, seguramente, menores los beneficios que obtendrás.

Una Mala Elección de la Franquicia: En ocasiones el problema radica en la franquicia en sí, que no tenga la experiencia ni el posicionamiento necesario para asegurar el éxito.

2.3.7.- Obligaciones de las Partes

DEL FRANQUICIANTE:

1. Transferir el uso de los derechos de know how y la propiedad intelectual de su negocio en un área determinada.
2. Garantizar al Franquiciatario la tenencia, el uso, la explotación económica y el disfrute pacífico de dichos derechos frente a terceros durante la vigencia del contrato.
3. Proporcionar la capacitación, el entrenamiento y los manuales técnicos y operativos del negocio al franquiciatario.

DEL FRANQUICIATARIO:

1. Pagar el precio o contraprestación por la transmisión de los derechos de uso sobre el know how y propiedad intelectual.
2. Usar dichos derechos para explotar comercialmente el negocio bajo las condiciones físicas y geográficas contratadas sin atentar contra los derechos del franquiciante.
3. Informar al franquiciante de cualquier afectación o vulneración que pueda sufrir el know how concedido con el fin de hacer valer sus derechos ante terceros.
4. Permitir auditoría fiscal, financiera y contable al franquiciante y la inspección del negocio, para que éste supervise y controle que el objeto del contrato y sus obligaciones están siendo debidamente ejecutados por el franquiciatario.

2.4. Bases Legales.

Aún cuando la constituyente de 1999 no estableció taxativamente, un régimen aplicable a los contratos de franquicias, sabemos que existen y están vigentes una serie de normas dentro de nuestro ordenamiento jurídico, que regulan las relaciones, en la cual nace en razón de la suscripción del contrato, celebrado entre el franquiciador y el franquiciado, y de estos frente a terceros.

En este sentido el artículos 112 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela establece:

Ya que enuncia el derecho de los venezolanos a dedicarse a la actividad económica de su preferencia, sin que las franquicias escapen de tales opciones, por lo que podemos afirmar que no existe ninguna norma que prohíba la celebración de un contrato de franquicia.

Código Civil. En dicho texto se dispone todo un articulado regulatorio de los contratos en general, de las obligaciones entre partes y la capacidad legal de los ciudadanos. Es por ello que los contratos de franquicia, como contratos al fin, no escapan de tales principios.

Código de Comercio. Dicho Código expone todo un sistema aplicable a las actividades mercantiles en general y recordemos que la esencia de las franquicias es el desarrollo de actividades de tal naturaleza.

Normativa sobre la propiedad Intelectual. Si tanto hemos nombrado la imperante existencia de licencias sobre las marcas, en algunos casos de patentes de invención y hasta derechos de autor en las relaciones de franquicias, pues es inmediata la aplicación de todos los textos jurídicos que en Venezuela tienen injerencia al respecto. Tal es el caso de la Ley

de Propiedad Industrial, Ley de Derecho de Autor, la normativa Andina referente a la materia, etc.

Normativa Laboral. En este aspecto habría que incluir a todo el sistema laboral venezolano partiendo obviamente por la propia Ley del Trabajo, pero también la Ley del INCE, Seguro Social, Política Habitacional, etc. Ya que toda actividad “independiente” de índole mercantil en la que sea necesaria la contratación de personal debe insertarse dentro de las condiciones legales laborales existentes.

Sistema Tributario. Y se menciona todo un sistema porque no se trata de una Ley determinada la que aplicaría, sino más bien el conjunto de Leyes y Ordenanzas que impactan tradicionalmente a un negocio operado bajo el formato de franquicia, y solo por mencionar los impuestos más tradicionales regulados por sus respectivas Leyes se nombran: Impuesto Sobre la Renta (ISLR), Impuesto a los Activos Empresariales, Impuesto al Valor Agregado (IVA), Patente de Industria y Comercio (PIC), etc.

Ley Para Promover y Proteger la Libre Competencia – Procompetencia. El tecnicismo de este punto nos lleva a ampliar un poco más el comentario, ya que genéricamente la mencionada Ley regula lo concerniente a las prácticas de mercado que puedan derivar en restricciones a la competencia. En este sentido la Ley limita, al punto de prohibir, que empresas competidoras (actos horizontales) o relacionadas en cadena de producción y comercialización (actos verticales) acuerden precios, se repartan zonas de mercado, se aprovechen de su posición dominante para disminuir a terceros, etc. Sin embargo, la génesis de las franquicias irrumpe con el literalismo de dicha Ley, ya que franquiciante y franquiciado, a pesar de operar locales con la misma marca y oferta de productos, pueden ser considerados competidores en algunos aspectos ya que son personas jurídicas distintas dedicadas al mismo ramo comercial (actos horizontales); incluso la una puede ser proveída de productos o servicios por la otra (actos verticales). Entonces para hacer viable la repetición masiva de puntos comerciales homogéneos, el franquiciante suele pactar precios, suele otorgar zonas exclusivas, suele prohibir que luego de vencido el contrato el

franquiciado opere conceptos similares, etc. Curiosamente esos pactos son justamente lo que la Ley considera como limitados o prohibidos.

No obstante lo anterior, es sin duda el hecho de la conjunta operación de conceptos homónimos e idénticos lo que hace a las franquicias ser franquicias, y sus efectos resultan más beneficiosos (en cuanto a generación de empleos, disminución de riesgos en los negocios, etc) que perjudiciales para la libre competencia. Así, tradicionalmente se había interpretado una serie de excepciones para no considerar a las franquicias violatorias de la Ley en comento. Sin embargo no acabó en una simple interpretación casuística (decisiones), sino que la propia Superintendencia Procompetencia dictó los Lineamientos para la evaluación de los Contratos de Franquicias (Gaceta Oficial Nro. 35.865, del 7 de enero del 2000), en los que expone su reflexión oficial acerca de los límites permitidos en esta materia.

Pero hemos nombrado simplemente algunas de las Leyes que tradicionalmente aplican a las franquicias, existiendo muchas otras como por ejemplo la Ley de Protección al Consumidor para aquellas franquicias que tiene incidencia directa con los consumidores o usuarios; la normativa en materia aduanera para las que realizan actividades de importación o exportación; la normativa sanitaria para las que les sea aplicable a sus productos; la normativa de telecomunicaciones a aquellas que sus productos o servicios sean relativos al sector. Y es que incluso si el gobierno implementa eventualmente un Control de Cambios las actividades de franquicias también se verían afectadas por dicha normativa al igual que otro tipo de figuras mercantiles. Es que las franquicias no son más que una modalidad de hacer negocios; que un sistema jurídico no es una u otra ley solitaria sino todo un sistema integrado y amplio; que el hecho de tener o no una ley no hace el sector más inseguro, que las franquicias son un formato genérico dentro del que se manifiestan actividades muy diversas; que el mercado funge igualmente como agente regulador. En fin, no se trata de un “desorden jurídico”, como algunos han descrito, sino una regulación integral, genérica y concatenada. Venezuela no es el único país en el que se manifieste una “multiregulación” con respecto a las franquicias, ya que más bien las excepción son aquellos en los que existe una legislación específica sobre la materia al punto de contar con una “Ley de Franquicias”.

Entonces surge la interrogante si resulta suficiente lo que actualmente existe en Venezuela desde el punto de vista normativo, y la respuesta es que definitivamente no. Lo que hemos expuesto de manera muy breve ha sido la forma natural de cómo las franquicias han encontrado una regulación genérica dentro del marco previamente existente y en sus etapas iniciales de penetración y afianzamiento en el escenario económico venezolano, que por cierto ha sido particularmente efervescente. Sin embargo, lo pertinente es que en la medida en que el formato madure, los agentes protagónicos desarrollen sus esquemas y se determinen sus verdaderas necesidades jurídicas, es cuando el sector irá requiriendo mayor grado de especialidad y atención jurídica.

2.5.- Definición de Términos Básicos

Asistencia técnica continua: Es una de las principales estructuras de una franquicia. Consiste en la atención especializada que el franquiciante da, a cambio de regalías, para apoyar en todo lo necesario al franquiciatario y que éste opere de manera correcta la unidad.

Cuotas de publicidad: Son los montos que se aporta el franquiciante y los franquiciatarios para las campañas publicitarias de la marca.

Franquicia Master: Es aquella que da derechos al franquiciado para subfranquiciar dentro de una región, país o continente. Actúa en representación exclusiva del franquiciante en los territorios definidos en el contrato.

Know-How: Es la forma de transmitir la tecnología y experiencias por parte del franquiciante hacia los franquiciatarios para establecer la estandarización de sus franquicias.

Regalía: Es la cuota periódica que el franquiciatario entrega al franquiciante por el uso de la marca, el know how y la asistencia técnica que recibe.

Marca: El baluarte del negocio, la clave. El franquiciador posee la propiedad de una marca y cede su uso al franquiciado, que deberá utilizarlo conforme a la identidad corporativa y a las instrucciones pertinentes.

Multifranquicia: El término se refiere a cuando hay varios establecimientos franquiciados pertenecientes a la misma marca. La existencia de multifranquiciados suele ser un buen indicador del éxito de una franquicia.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de Investigación.

De acuerdo al problema planteado y a los objetivos a alcanzar la investigación referida a los Contratos de Franquicia en la Actividad Comercial Venezolana, se considera como una investigación de tipo documental, orientada a analizar los hechos.

Según Arias (2006): “La investigación documental” es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por los otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos”.

El estudio que se llevó a cabo es de tipo documental, debido a las revisiones críticas del estado del conocimiento: integración, organización y evaluación de la información jurídica y empírica existente sobre la falta de regulación en los contratos de franquicias, focalizado en posibles vías para su solución, en el análisis de la consistencia sobre la “multiregulación” existente y conceptualizaciones para señalar los aspectos jurídicos primordiales que generen la necesidad de una legislación o regulación en los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana o las posibles consecuencias por falta de la misma.

3.2.- Métodos y técnicas de Investigación Jurídica.

La técnica de investigación jurídica son aquellos procedimientos dotados de sentido guiados por los valores universales de utilidad, verdad y justicia que nos permiten definir, orientar, organizar, estructurar y redactar trabajos de investigación relacionados con la ciencia del Derecho.

Según Balestrini (2006), las técnicas representan los medios, a través de los cuales el investigador recolecta, organiza y trasmite el conjunto de datos. (p.120).

Al tomar como base el objetivo general del presente trabajo y la problemática presentada que tiene entre sus objetivos específicos, tiene como fuente principal de información los materiales bibliográficos e investigaciones relativas a los contratos de franquicias. Estos instrumentos estuvieron representados en libros, consultas bibliográficas, artículos, textos y documentos legales, jurisprudencias, trabajos previos, partiendo de la lectura del material bibliográfico seleccionado acorde al tema objeto de estudio, por lo tanto dicha investigación se realizó de forma detallada y minuciosa sobre sus aspectos concretos a un nivel descriptivo, donde se analizará el modelo de franquicias y la conveniencia de una regulación legal especial en Venezuela, las técnicas que se utilizaron son propias de la investigación documental.

Las técnicas son un procedimiento por los cuales se investigan los fenómenos de procedimientos de datos, según la necesidad en la que se presente la técnica se adaptará a la situación.

Witker (1995): “es el propio de los aplicadores del derecho vía exégesis, sistematización o finalidad de significado y sentido del orden normativo (lógico-deductivo). Buscan demostrar problemas y por tanto, su hipótesis se plantea al interior de leyes, códigos, entre otros” (p.66).

3.3.- Fases Metodológicas de la Investigación.

Según Sabino (2006). La fase metodológica de la investigación documental, es el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, apoyándose fundamentalmente en los trabajos previos desarrollados sobre la problemática planteado o relacionados directamente con ella, información y datos divulgados por medios impresos o audiovisuales, permitiendo realizar conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones o recomendaciones acerca de la temática abordada en la investigación.

El presente trabajo de grado se llevó a cabo a través de tres momentos o fases, los cuales se definen a continuación:

Fase I.-Diagnosticar la situación actual del modelo comercial de las franquicias en Venezuela. Efectivamente en Venezuela actualmente son varias las leyes que en su conjunto regulan indirectamente a las franquicias, es decir no existe una Ley específica que norme este modelo de negocio, sin embargo, el hecho que no se cuente con una legislación específica en la materia no significa la inexistencia, ni la impalpabilidad de una figura determinada. Y ante esta ausencia esta se va a encontrar regulada por todo un conjunto de normas contenidas en varias leyes y de distinta naturaleza, en la medida en que les sean aplicables. Es lo que se podría denominar como un sistema “multiregulatorio”, que es lo que actualmente existe en Venezuela con respecto al tema de las franquicias, entre las principales normas que la regulan indirectamente se encuentra:

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela que enuncia entre sus Artículos los derechos económicos que poseen las personas de desarrollar actividades económicas de su preferencia, y la regulación por parte del Estado en el desarrollo de la misma, la garantía al derecho de la propiedad, el derecho de disponer de bienes y servicios de calidad, entre otros. Dichas disposiciones se encuentran tipificadas en los Artículos 112 al 118, entre los cuales se establece el derecho que tienen los venezolanos a dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, siendo las franquicias una de ellas.

El Código Civil Venezolano dispone de un articulado referido a los contratos en general, obligaciones entre partes y capacidad legal de los ciudadanos.

Al respecto, Riera (2010: s.p.) señala: “Los contratos de franquicia, como contratos al fin, no escapan de tales principios”.

Así también la Gaceta Oficial N° 35.865 del 07 de Enero del 2000 dictada por la propia Superintendencia Procompetencia como diferentes fuentes bibliográficas, textos legales, trabajos realizados anteriormente que guardan relación con el objeto de estudio, para una mejor comprensión del tema y formar criterio jurídico, sobre el mismo.

Fase II.- Identificar las posibles consecuencias que tendría la falta de una legislación sobre los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana. Para la realización de esta fase, se efectuó un estudio previo detenido y riguroso de los textos legales, como de investigaciones previas en cuanto a la teoría de los contratos de franquicias, su objeto y licitud, ahora bien, un buen marco jurídico de la franquicia debe partir de su definición; la franquicia no es un contrato, es todo un sistema comercial alimentado por todos los aspectos que implica, aspectos financieros, mercadológicos y comerciales, todo ello arropado bajo el marco de una regulación contractual.

Ante la falta de regulación expresa sobre el sistema de franquicias como tal, existe por naturaleza humana, el elemento de la Autorregulación como consecuencia, que se ha mostrado empíricamente en Venezuela de la siguiente forma:

La autorregulación entre las propias partes involucradas en el contrato, dado que no existe una norma, expresa sobre el tema, en la que se deben obligar las partes. Por esto, los franquiciantes han desarrollado contratos que prácticamente lo delimitan todo para evitar problemas.

Otro punto de autoregulación ya no es entre las partes, sino a nivel gremial, y es donde directamente actúa la Cámara Venezolana de Franquicias como organismo gremial del

sector en Venezuela. Este organismo ha establecido un Código de Ética, en el que estipula el deber de ser de las franquicias, para que en caso de incumplimiento, sin ser un instrumento legal tache de inmoral la actitud usada. Los miembros de la Cámara aceptan a su ingreso el cumplimiento fiel del Código ya que su incumplimiento puede llevar a la suspensión e incluso expulsión.

Una tercera forma de autoregulación se produce por el sistema de arbitraje o de solución alterna de conflictos. Este método, surge para evitar los avatares de la novatada judicial, dado que hoy en día, el negocio de las franquicias es tan innovador, que no se ha pronunciado ningún caso por el sistema judicial a través de los jueces ordinarios.

Además, una consecuencia evidente sería la falta de conocimiento por parte de los contratantes por la falta de una legislación específica donde se pueda expresar de manera clara todos los elementos, obligaciones, requisitos de los contratos de franquicia.

Fase III.- Establecer los aspectos jurídicos primordiales que generen la necesidad de una legislación o regulación en los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana. Uno de los principales aspectos jurídicos a la hora de que una empresa que desee utilizar la franquicia como medio de expansión debe sobre todo velar porque el contrato mediante el cual otorga la franquicia sea un instrumento legal. El contrato debe cumplir con la normativa legal vigente en la materia, ya que al no existir una legislación especial de franquicias la misma debe regirse por el Código de Comercio, pues su cumplimiento dependerá de la validez de las estipulaciones esenciales del contrato.

Es importante mencionar que tampoco se cuenta en nuestras Leyes con una definición de franquicias; más aún, no existe un cuerpo normativo alguno que mencione a la franquicia como un contrato o formato de explotación de negocio circunstancias que configuran al contrato de franquicias como un contrato innominado.

Dada a la inexistencia de una reglamentación jurídica específica, el contrato de franquicia adquiere una importancia aún mayor por cuanto que es el único documento que puede

regular la relación entre franquiciador y franquiciado de una forma efectiva. No existe tampoco un modelo de contrato al que pueda adaptarse cualquier concepto de franquicia, cada uno de estos requerirá un contrato distinto en función de sus características y necesidades específicas.

Ahora bien dicha contratación debería contar con una Ley específica que regule su desenvolvimiento a fin de mantener éxito en la misma, asegurando no solamente en bases económicas sino legales, para que las partes que participen en ella, consideren sus deberes y obligaciones.

3.4.- Fuentes de Conocimiento Jurídico

La presente investigación se basó en las normas Constitucionales y legales consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el Código Civil y La ley de Procompetencia, así mismo como otras legislaciones que conforman el ordenamiento jurídico venezolano que de manera indirecta tienen relación con el tema, también como en documentos jurídicos, la doctrina, la costumbre, consultas en internet y de otros trabajos relacionados con el tema objeto de investigación, que fueron visualizados, como herramientas de fuentes bibliográficas y documentales.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.- Resultados.

Dentro del presente capítulo se analizan los resultados obtenidos relacionados con los objetivos específicos de la presente investigación, la cual están directamente relacionados con cada uno de los aspectos de relevancia del tema, luego se presentan las conclusiones y las recomendaciones, los mismos se presentan a continuación:

Fase I.-Diagnosticar la situación actual del modelo comercial de las franquicias en Venezuela. Se demuestra que el modelo comercial de las franquicias ha encontrado una regulación genérica dentro del marco previamente existente y en sus etapas iniciales de penetración y afianzamiento en el escenario económico venezolano, sin embargo, lo conveniente es ir hacia un marco jurídico formal donde se determinen sus verdaderas necesidades jurídicas.

Asimismo la Cámara Venezolana de Franquicias (Profranquicias) ha redactado un Código de Ética que sirva como Código de buenas costumbres y de buena conducta de los usuarios de la franquicia en Venezuela.

Entonces surge la interrogante si resulta suficiente lo que actualmente existe en Venezuela desde el punto de vista normativo, y la respuesta es que definitivamente no.

Fase II.- Identificar las posibles consecuencias que tendría la falta de una legislación sobre los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana. El marco legal de las franquicias existentes en Venezuela, presenta una particularidad que es la multiregulación, lo que ha hecho considerar las verdaderas necesidades jurídicas para determinar la especialidad en materia de franquicias que no se sustente en una Ley específica, en vista que desde su formación se ha manejado jurídicamente en apoyo a otras figuras jurídicas.

Por medio de una regulación específica legal en materia de franquicias se pondrá disminuir la conflictividad en el sector y sobre todo dudas e interrogantes que pueden surgir por las partes en el contrato de franquicias e incluso su operatividad de allí la necesidad de esta regulación especial legal en Venezuela en materia de Franquicias.

Por otra parte, cada vez es más necesaria en el Contrato de Franquicias una tendencia a un marco jurídico determinado, esto ante las libertades en que las partes se mueven para establecer y definir sus propias condiciones, además se direcciona como una forma de llenar los vacíos legales que pueden surgir y las desigualdades en el modelo de los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana.

Fase III.- Establecer los aspectos jurídicos primordiales que generen la necesidad de una legislación o regulación en los contratos de franquicia en la actividad comercial Venezolana. Esta necesidad jurídica que ha tenido el modelo de franquicias en la actividad comercial venezolana, ha tenido diversos riesgos que presenta su no regulación pues las estafas, engaños y el desconocimiento de los derechos con que se cuenta, dan pie a dicha necesidad de la cual Venezuela por supuesto no puede ser ajena, por lo que el debate sobre la necesidad de normar las condiciones generales preestablecidas, por mínima que sean, permite concluir de la necesidad de reglamentar el Contrato de Franquicia en Venezuela, tal y como ha pasado con otros Contratos comerciales.

El hecho de imponer normas a los contratantes, podría desestimular la autonomía de la voluntad de las partes que es el obstáculo en dicha figura contractual, en razón de que este modelo permite fijar sus propias reglas de juego así como también desarticular el negocio y causar un efecto contrario.

Si revisamos en el contexto internacional, encontramos diversos estados que han resuelto este choque y se han convencido de las necesidades que impactan la regulación del Contrato de Franquicia, así como lo indica (Quiroga, 2014) en los países tales como Estados Unidos de América, España, China y Canadá.

4.2. Conclusiones.

Con el desarrollo de este trabajo de grado y en atención a la problemática plasmada en los capítulos anteriores y los objetivos trazados para el cumplimiento del mismo, se llega en primer término a analizar la situación actual de las franquicias en Venezuela como una novedad comercial que ha existido durante los últimos años debido a las ventajas que les proporciona este tipo de negocio a las personas que teniendo un capital buscan menos riesgos y un mayor apoyo a nivel de estructura organizacional y conocimiento.

El fortalecimiento de la franquicia a nivel mundial ha permitido que ciertas legislaciones intenten suplir sus vacíos legales en relación con la figura. La reglamentación no ha sido fácil de concebir debido a que regular integralmente la franquicia requiere que a su vez se reglamenten múltiples materias que ya se encuentran reguladas en la ley y en los códigos.

La gran mayoría de los países, debido a la dificultad que conlleva una normatividad contractual de la franquicia y para evitar una duplicidad normativa con materias ya reguladas, han preferido una norma que regule la divulgación de la información por cuanto ésta le brinda flexibilidad contractual a la figura y le permite adaptarse al entorno económico y jurídico.

En Venezuela la franquicia esta contemplada como una novedad, que ha tenido muy buena aceptación, ofreciendo como único documento legal que obliga a las partes, el contrato, el cual contiene explícitamente las obligaciones y garantías tanto del franquiciante como del franquiciado.

Es claro que el modelo de franquicia aporta un sinnúmero de beneficios tanto a los franquiciantes como a los franquiciados, pero igualmente implica una serie de contrapesos sobre los cuales la labor de mediación del legislador sería extremadamente positiva, de forma tal que se permitiera conocer de manera detallada las características, claves y el funcionamiento de la esencia misma del contrato de franquicia. Hace mucho tiempo el contrato de franquicia dejó de ser un sistema de distribución, para convertirse en un sistema de expansión que reescribió las técnicas tradicionales de distribución y desde un punto de vista globalizado del negocio.

Finalmente se concluye, que no resulta suficiente lo que actualmente existe en Venezuela desde el punto de vista normativo lo que venimos mencionando como una multiregulación, donde las franquicias han tenido una rápida penetración y afianzamiento en el escenario económico venezolano, generando su madurez, donde los agentes protagónicos desarrollan sus esquemas y se determinan sus verdaderas necesidades jurídicas, por lo que ello determina una de las causas que motivan a la existencia de un grado mayor de especialidad y atención jurídica en el sector.

En definitiva, existe una carencia de una legislación específica adecuada que permita que las partes involucradas en el contrato comercial conozcan desde el inicio del negocio los lineamientos que permitan una fluida relación entre franquiciante y franquiciado evitando así inseguridad, temores y perjuicios entre las partes involucradas pues se brindará una mayor seguridad legal del esquema, permitiéndole tanto al franquiciante como al franquiciado conocer la directriz del negocio evitando así las ambigüedades y distorsiones de uso legal.

4.3- Recomendaciones

En base a los resultados obtenidos en este estudio, se hace la siguiente recomendación.

La creación de un marco jurídico específico que regule todo lo referente a los contratos de franquicias, con el cual se puedan llenar aquellos vacíos legales existentes y ampliar el conocimiento de las partes, sus derechos, obligaciones y demás deberes y garantía que derivan del mismo, ya que las franquicias constituye uno de los negocios de mayor privilegio y mejores resultados en el país. Esta regulación legal especial contribuirá al crecimiento y fortalecimiento de las franquicias.

Determinar el papel que juegan los abogados en la creación de los contratos comerciales de franquicias, pues de allí se inicia el modelo formal del negocio y son ellos los llamados a la consolidación del modelo evitando así las ambigüedades y conflictos en las cláusulas contractuales, los cuales deben tomar como principios la equidad, redacción clara y precisa, prevención de conflictos entre las partes o frente a terceros, buscando conocer las necesidades de las partes y asesorar a los mismos en su contratación para evitar los conflictos, garantizando una seguridad jurídica amplia en sus negocios franquiciados.

Se recomienda al Estado, a través de sus organismos respectivos, brindar apoyo a las cadenas de franquicias porque éstas concentran gran cantidad de trabajadores, y generan empleos, favoreciendo la promoción de conceptos venezolanos en el exterior y así aumentar las riquezas al país. Igualmente mantenerse en contacto con Profranquicia para la actualización y evidencia de las franquicias actuales en Venezuela.

Por ultimo se recomienda también que el franquiciador otorgue al franquiciado un breve informe previo a la celebración del contrato sobre la data de franquicias, sus elementos integrantes para su óptimo funcionamiento, las obligaciones a las que estaría sometido el franquiciado, como contraprestación al recibimiento por parte del franquiciante de conocimiento práctico y técnico, el potencial franquiciado debe tener un lapso de tiempo para analizarlo, aclarar algunas dudas antes de invertir, esto redundará en beneficios tanto para el franquiciante como para el franquiciado, ya que posteriormente a la firma, el franquiciado enfocará sus esfuerzos a la exploración del negocio, a recibir asistencia técnica y a cumplir con las obligaciones pausadas en el contrato; en cuanto al franquiciante

se concentrará en las maneras de innovar el negocio, el uso de tecnologías, mejoras en el servicio del cliente, supervisión de las unidades franquiciadas y la asistencia continua que debe suministrar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Baquero y Marjal (2000).

Trabajo de grado de la Universidad Andrés Bello.

Cedeño (2000) diseñó una franquicia para la empresa Repuestos La Sindical, C.A. en Barquisimeto estado Lara, es necesario conocer las ventajas de este sistema de negocio.

Arias F (2006). , guía para su elaboración, 3era Edición.
Editorial Exísteme. Caracas, Venezuela.

Asamblea Nacional Constituyente (1999).
publicada en la Gaceta Oficial N° 36.860, del 30/12/1999.

Cámara Venezolana de Franquicias – Profranquicias, Código de Ética (1999).

Calvo Baca, Emilio. (2002) Comentado. Editorial. Ediciones
Libra C.A. Caracas – Venezuela.

El Congreso de la República de Venezuela. Código de Comercio. Gaceta N° 475
Extraordinaria del 21 de diciembre de 1955.