

CÓDIGO DE ÉTICA PARA LAS FRANQUICIAS EN COLOMBIA

La Cámara Colombiana de Franquicias COLFRANQUICIAS fue constituida el 4 de Diciembre de 2012. Sus miembros son todas aquellas personas naturales o jurídicas (I) franquiciantes, cuya explotación de negocio se realiza directamente y/o a través del otorgamiento de franquicias en Colombia, (II) en proceso de convertir su explotación en Colombia a formato de franquicia, y (III) Consultores, Asesores y demás colaboradores en el área de franquicias en Colombia.

El objeto de COLFRANQUICIAS es, reunir en una asociación civil sin fines de lucro de corte gremial, a los franquiciantes y demás personas involucradas en el sector franquicias en Colombia, a los fines de propiciar condiciones de colaboración y contribución activa en el desarrollo sectorial y empresarial de las franquicias; así como impulsar el estudio objetivo y científico de la Franquicia en todos sus aspectos, la coordinación de las acciones conjuntas de sus miembros, y la promoción de la Franquicia en general y de los intereses particulares de sus asociados.

La evolución e importancia cada vez mayor de la Franquicia en la economía Colombiana y el deseo de los miembros de COLFRANQUICIAS de colaborar en el desarrollo y éxito sostenido de este sistema de negocio, ha impulsado a que éste sirva como código de buenas costumbres y de buena conducta de los usuarios de la Franquicia en Colombia. En este sentido, el presente Código de Ética, no sustituye la legislación y las disposiciones reglamentarias que incidan en el negocio de franquicias, ni tampoco pretende constituir o ser origen de relaciones jurídicas entre las partes de un contrato de franquicia.

El Código de ética para las franquicias en Colombia es el resultado de la revisión efectuada sobre distintos códigos deontológicos o de ética de la franquicia, desarrollados en países de reconocido éxito en esta área, y de la experiencia y de los trabajos llevados a cabo por COLFRANQUICIAS y sus miembros en esta materia. Después de dicho análisis se decidió acogerse a los postulados del Código Deontológico de la Asociación Europea de Franquicias por ser el que más se acerca a lo establecido en nuestra misión y visión, y a los objetivos de COLFRANQUICIAS.

Por el simple hecho de su adhesión a COLFRANQUICIAS, sus miembros se comprometen a hacer cumplir las distintas disposiciones contenidas en el Código de ética para las franquicias en Colombia. Este Código entra en vigencia a partir del 4 de Diciembre de 2012.

CÓDIGO DE ETICA PARA LAS FRANQUICIAS EN COLOMBIA

1. DEFINICION DE LA FRANQUICIA:

La franquicia es un sistema de comercialización de productos, servicios y/o tecnología, basado en una colaboración estrecha y continua entre personas legales y financieramente distintas e independientes, el franquiciante y sus respectivos franquiciados, por el cual el franquiciante concede a sus franquiciados el derecho e impone la obligación, de llevar a cabo una explotación de conformidad con el concepto de negocio desarrollado por el franquiciante.

Este derecho faculta y obliga a cada franquiciado, a desarrollar un negocio bajo los requerimientos determinados por el respectivo franquiciante, para lo cual utilizará el nombre comercial, marcas comerciales y otros derechos de propiedad intelectual, el know - how, los métodos técnicos y de negocio, los procedimientos y otros derechos de propiedad industrial del franquiciante, a cambio del pago de una contraprestación económica a favor de este último. En el desarrollo de cada negocio de franquicia, el franquiciante deberá prestar, de manera continua, apoyo y asistencia comercial y técnica a sus franquiciados, según se prevea en las estipulaciones y por la duración acordada en un contrato de franquicia escrito, celebrado entre las partes a tal efecto.

2. PRINCIPIOS RECTORES DE LA FRANQUICIA:

2.1 El franquiciante es el propietario de los derechos involucrados en un sistema de franquicia e iniciador y supervisor de la respectiva red de franquicia, compuesta por él mismo y sus respectivos franquiciados.

2.2 Obligaciones del franquiciante

Son obligaciones del franquiciante:

- I) Haber explotado con éxito un concepto de negocio, durante un período de tiempo razonable y, como mínimo, una unidad piloto antes de poner en marcha la red de franquicia.

- II) Ser el propietario, o tener derechos legales de uso del nombre comercial, marca comercial, logos y otros derechos de propiedad intelectual que identifiquen su sistema de franquicia.
- III) Proporcionar a sus franquiciados:
 - a) Los manuales de operación, técnicos y comerciales del negocio a franquiciar.
 - b) La capacitación y asistencia comercial y/o técnica que el franquiciado requiera durante toda la vigencia del contrato, bajo las condiciones previstas en el respectivo contrato de franquicia.

2.3 Obligaciones del franquiciado

Son obligaciones del franquiciado:

- I) Dedicar sus mejores esfuerzos para:
 - a) Lograr el crecimiento exitoso de su negocio de franquicia.
 - b) Consolidar las marcas y demás derechos de propiedad intelectual que identifiquen a la franquicia, dentro de la zona de cobertura establecida en el respectivo contrato de franquicia.
 - c) Conservar la identidad y la reputación común del sistema de franquicia.
- II) Suministrar al franquiciante:
 - a) Datos operativos verificables, a los fines de determinar el funcionamiento de la franquicia.
 - b) Los estados financieros necesarios para orientar una gestión efectiva.
- III) Previa solicitud del franquiciante, permitir a sus representantes debidamente autorizados, el acceso a los locales, registros y documentos correspondientes al negocio franquiciado, bajo las estipulaciones que hayan pactado las partes en el contrato de franquicia.

- IV) No revelar a terceros el know-how suministrado por el franquiciante, no poner a la disposición de terceros manuales operativos, técnicos o comerciales ni cualquier otro documento confidencial relativo a la franquicia, durante o después de la finalización del contrato de franquicia o cualquiera de sus prórrogas.

2.4 Obligaciones de las partes en casos de controversias:

En caso de controversia entre franquiciante y franquiciados, en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones o interpretación del alcance de éstas bajo sus respectivos contratos de franquicia, las partes deberán agotar todas las vías necesarias para resolver de manera amistosa, de buena fe y con buena voluntad, sus quejas y disputas.

En caso que el franquiciante considere que alguno de sus franquiciados ha cometido infracciones al contrato de franquicia, que por su gravedad no ameriten la terminación inmediata del mismo, dicho franquiciante deberá comunicarlo por escrito a su franquiciado, y éste le concederá un plazo razonable para solucionarlo.

3. CAPTACION DE FRANQUICIADOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN:

3.1 Toda publicidad dirigida a la captación de franquiciados deberá estar libre de ambigüedad y de manifestaciones engañosas.

3.2 Todo material de captación, propaganda y publicidad de franquicias asequible públicamente, que haga referencia directa o indirecta a posibles futuros resultados, cifras o beneficios económicos de los franquiciados, deberá ser objetivo y no engañoso.

3.3 Antes de la firma de cualquier contrato de franquicia o acuerdo de compromiso de adquisición de franquicia, el franquiciante deberá suministrar a sus potenciales o futuros franquiciados una copia del presente Código de Ética, así como un documento contentivo de la

información técnica, comercial y financiera de la franquicia, que en adelante y para todos los efectos de este Código de Ética se denominará Circular Uniforme de Oferta de Franquicia que deberá contener la información que se indica a continuación:

- I) Nombre, denominación o razón social, domicilio y nacionalidad del franquiciante.
- II) Descripción de la franquicia.
- III) Antigüedad de la empresa franquiciante, y de ser el caso, del franquiciante maestro en el negocio objeto de la franquicia.
- IV) Derechos de propiedad intelectual que involucra la franquicia.
- V) Montos y concepto de los pagos que el franquiciado deberá realizar al franquiciante.
- VI) Tipos de asistencia técnica y servicios que el franquiciante debe proporcionar al franquiciado.
- VII) Definición de la zona de cobertura territorial, para la realización de operaciones de la franquicia que este siendo negociada.
- VIII) Derecho del franquiciado a conceder o no subfranquicias a terceros, y en caso de permitirlo, los requisitos que dicho franquiciado deba cumplir para ello.
- IX) Obligaciones del franquiciado respecto de la información de tipo confidencial que le proporcione el franquiciante.

4. SELECCIÓN DE FRANQUICIADOS:

Un franquiciante deberá seleccionar y aceptar como franquiciados únicamente aquellos que, luego de una investigación razonable parecieren tener, según considere dicho franquiciante, las habilidades básicas, formación, cualidades personales y recursos financieros, suficientes para desarrollar el negocio de franquicia que se trate.

5. EL CONTRATO DE FRANQUICIA:

5.1 El contrato de franquicia deberá ajustarse a la legislación colombiana vigente y a lo previsto en este Código Deontológico.

5.2 El contrato deberá estipular la obligación del franquiciado de proteger los derechos de propiedad industrial e intelectual del franquiciante, y en mantener la identidad y la reputación comunes del sistema de franquicia.

5.3 El contrato de franquicia deberá establecer sin ambigüedad las obligaciones y responsabilidades respectivas de las partes, y todas las demás condiciones relevantes de la relación de franquicia.

5.4 Los puntos esenciales mínimos que deberá contener todo contrato de franquicia, son los siguientes:

- I) Los derechos otorgados al franquiciante.
- II) Los derechos concedidos al franquiciado.
- III) Los productos y/o servicios y/o tecnologías a suministrar al franquiciado.
- IV) Las obligaciones del franquiciante.
- V) Las obligaciones del franquiciado.
- VI) Los montos, conceptos y condiciones de pago por parte del franquiciado.
- VII) La duración, la cual debería ser lo suficientemente larga para permitir a los franquiciados amortizar sus inversiones iniciales específicas de la franquicia.
- VIII) La base para cualquier renovación del contrato.
- IX) En caso de preverse la posibilidad del franquiciado de ceder a terceros el negocio, el objeto de la franquicia, las condiciones bajo las cuales el franquiciado podrá hacerlo y los eventuales derechos de prioridad del franquiciante al respecto.
- X) Las disposiciones relacionadas con el derecho de uso del franquiciado sobre los signos distintivos, el nombre comercial, marca de productos o servicios, rótulos, logotipo u otros derechos de propiedad intelectual del franquiciante.
- XI) El derecho del franquiciante de adaptar el sistema de franquicia a métodos nuevos o modificados.
- XII) Las disposiciones relativas a la terminación del contrato.
- XIII) Las disposiciones relativas a la inmediata entrega a la terminación del contrato de franquicia, de todo bien tangible o intangible que pertenezca al franquiciante o a otro titular del mismo.

6. EL CÓDIGO DE ETICA Y EL SISTEMA DE FRANQUICIA MAESTRA

Serán aplicables las disposiciones contenidas en este Código de Ética, a la relación entre el franquiciante y sus franquiciados, e igualmente entre el subfranquiciante maestro y sus subfranquiciados.