



OBSERVATORIO IBEROAMERICANO **DE FRANQUICIAS**

PAÍSES IBEROAMERICANOS CON CONVENIO CON AEF



2019

ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS (AMF)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Jacobo Buzali (Presidente) María Sotelo (Directora Gerente)
DIRECCIÓN:	Insurgentes Sur 1783-101 Colona Guadalupe Inn – Mexico D.F. 01020
TEL./FAX:	Tel. (52) 5661 2040 Fax: (52) 5661 2800
E-MAIL:	jacobo@franquiciasdemexico.org.mx maria@franquiciasdemexico.org.mx
WEB:	http://franquiciasdemexico.org.mx/



AMF: REPORTE LEGAL

PAÍS: MÉXICO

1. LEGISLACIÓN ESPECÍFICA DE LA FRANQUICIA

1.1. Por favor, indicar si en tu país existe alguna ley de franquicias o reglamentos que regulen la oferta y la venta de franquicias y la relación entre franquiciador y franquiciado. Si la respuesta es afirmativa, indica el número y su nombre.

La regulación actual se contempla en la Ley Mexicana de Propiedad Industrial y sus reglamentos

1.2. Por favor, describe brevemente los requerimientos relevantes de estas leyes y reglamentos.

-

1.3. Por favor, indica si existe alguna propuesta que se haya debatido para modificar las leyes y/o reglamentos actuales en tu país.

Sin duda existe la intención de crear un capítulo relacionado con la franquicia en el Código de Comercio, que actualmente dice que la regulación se encuentra contenida en la Ley Mexicana de Propiedad Industrial y sus reglamentos, que son de carácter público.

1.4. Si en tu país existe algún organismo regulador para la franquicia, por favor indica sus datos.

Ministerio de Economía

Se encarga de promocionar la productividad y la competitividad de la economía mexicana a través de la innovación en políticas industriales, comerciales y del desarrollo de servicios, al igual que a través de la confianza de emprendedores y empresas, basada en la mejora de reglamentos, la competencia de mercados, y la diversificación del comercio extranjero. Todo esto para garantizar la sensación de bienestar de los consumidores, crear un mejor ambiente de negocios, fortalecer el mercado local y atraer a inversores locales y extranjeros para mejorar las condiciones de vida de los mexicanos.

Su propósito es el de ser una oficina que contribuya a generar unas condiciones económicas que ayuden a México a alcanzar su máximo potencial de una forma abierta y transparente; cercana a la gente, con emprendedores que estimulen una cultura innovadora, acorde a los formalismos, y con empresas productivas y competitivas involucradas en mercados eficientes y consumidores fortalecidos.

Instituto Mexicano de Propiedad Industrial

Organismo descentralizado del Ministerio de Economía a cargo de establecer las condiciones legales de seguridad entre las partes de una operación de franquicia. Además garantiza un trato no discriminatorio para todos los franquiciados del mismo sector.

CONCANACO SERVYTUR

Organismo a cargo de representar, defender y promocionar los intereses legítimos de las compañías que pertenecen a los sectores de comercio, servicios y turismo, a través de la integración y el fortalecimiento de todas las cámaras confederadas.

Asociación Mexicana de Franquicias

Con 29 años de experiencia, la Asociación ayuda al desarrollo de las franquicias en México, dándoles promoción, contactos y apoyo en las organizaciones con un propósito comercial, trabajando con el sector público y privado. Las franquicias asociadas, a nivel nacional, han generado más de 900.000 puestos de trabajo y, hasta este año, el 4,2% del PIB de México.

Actividades: Dado que la promoción y la formación son dos asuntos muy importantes para la asociación (mantiene vivos sus esfuerzos), a lo largo del año organizan diversas reuniones que permiten a los miembros entrar en una plataforma para las actualizaciones constantes, tener acceso a financiación para incrementar su porcentaje de éxito frente a otras empresas que no sobrepasan la barrera de 5 años. Más de 90 áreas diferentes ofrecen beneficios a los miembros basados en lo que necesitan para su actividad de negocio.

Objetivos:

- Desarrollar y emprender acciones que permitan la mejora de las condiciones del sector de la franquicia en México.
- Organizar eventos de formación para socios y para el público general.
- establecer normas que promuevan la profesionalidad de las empresas franquiciadoras y los profesionales del sector de la franquicia en México.
- Participar junto a instituciones y asociaciones públicas y privadas en la promoción del sector de la franquicia en México.
- Representar a las franquicias frente al Gobierno y trabajar con ellos en las acciones y leyes que mejoren las condiciones actuales del sector de la franquicia en México.
- Desarrollar un banco de estadísticas del sector.
- Trabajar con otros sectores de iniciativa privada en un plan de desarrollo general, de promoción y de supervisión de los programas privados y gubernamentales que puedan beneficiar al sector de la franquicia.
- Promocionar y publicitar el desarrollo, consolidación y el trabajo de dignificar el sistema de franquicias en México.
- Ser un órgano representativo de la industria de la franquicia en México y en el extranjero, que garantice el correcto desarrollo, promoción y consolidación del sistema ante cualquier organismo público o privado.
- Contribuir con México, de una forma permanente, en el desarrollo comercial, industrial y económico, fomentando la generación de trabajo digno y, en consecuencia, ayudar al crecimiento del país.

2. NO EXISTE LEY O REGLAMENTO PARA LA FRANQUICIA

2.1. Si tu país no tiene una ley o reglamentos específicos para franquicias ¿qué se utiliza durante el procedimiento?

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Artículo 2. Esta ley tiene por objeto:

VII. Establecer las condiciones de seguridad jurídicas entre las partes de la operación de franquicia, además de garantizar un trato no discriminatorio para todos los franquiciados del mismo franquiciador.

Artículo 142. Una franquicia existe cuando, con una licencia de uso, autorizado por escrito, el conocimiento técnico es transmitido o se da asistencia técnica, para que la persona a la que se le otorga la licencia pueda producir o vender los bienes o proveer los servicios de forma sólida y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el propietario de la marca, dirigidos a mantener la calidad, el prestigio y la imagen de los productos y servicios que se han destacado.

Quien ofrezca una franquicia debe facilitar, a quien lo haya solicitado, al menos con 30 días de antelación a la firma del correspondiente contrato, la información relativa a la condición de la empresa, en los términos establecidos por la ley.

La falta de veracidad de la información referida en el párrafo anterior, dará al franquiciado, además de la demanda de nulidad de contrato, el derecho a demandar el pago de daños y perjuicios por incumplimiento de contrato. Este derecho debe ejercerlo el franquiciado dentro de un periodo de un año desde la fecha de finalización de contrato. Una vez finalice este periodo, sólo podrá demandar la nulidad del contrato.

Para el registro de la franquicia, las disposiciones aplicables son las de estos apartados:

Artículo 142 bis. El contrato de franquicia debe realizarse por escrito y contener, al menos, los siguientes requisitos:

I. Área geográfica en la que el franquiciado desarrollará las actividades objeto del contrato.

II. La localización, dimensiones mínimas y características de la inversión en infraestructura, con respecto al lugar donde el franquiciado desarrollará las actividades originadas debido al motivo del contrato.

III. El inventario, merchandising y elementos publicitarios, así como las disposiciones relacionadas con el suministro de mercancía y contratos con proveedores, cuando proceda.

IV. Las políticas, procedimientos y las cuotas mensuales relacionadas con devoluciones, financiación, y otras remuneraciones por pagos de las partes en los términos acordados en el contrato.

V. Las características de las formaciones técnicas y operacionales para el equipo de franquicia, así como el método o forma en la que el franquiciador proporcionará asistencia técnica.

VI. El criterio, métodos y procedimientos de supervisión, información, evaluación y calificación del rendimiento, así como la calidad de los servicios a cargo del franquiciado y el franquiciador.

VII. Establecer los términos y condiciones de la sub-franquicia, si las partes lo acuerdan.

VIII. Los motivos de finalización del contrato del franquicia.

IX. Los supuestos por los que los términos y condiciones del contrato o de la franquicia se puedan, de mutuo acuerdo, revisar o, si procede, modificar.

X. La obligación del franquiciado de alienar los bienes del franquiciador o a quien designe al finalizar el contrato, no debe existir, salvo que se convenga otra cosa.

XI. La obligación del franquiciado de alienar o transmitir al franquiciador, en ningún momento, las ganancias de su sociedad o hacerle socio de la misma no debe existir, salvo que se convenga otra cosa.

Este artículo debe estar sujeto, cuando sea aplicable, a lo estipulado en las regulaciones de la ley vigente.

Artículo 142 bis 1. El franquiciador debe interferir en la organización y funcionamiento del franquiciado solo para garantizar el cumplimiento de la administración y de la imagen estándar de la franquicia objeto de contrato. No se considera que el franquiciador interfiere en el caso de fusión, escisión, transformación, modificación de los estatutos, transmisión u obligación de acciones o interés accionarial del franquiciado cuando, por este motivo, las características personales del franquiciado establecidas en el correspondiente contrato son modificadas, decisivo para la intención del franquiciador a la celebración del contrato con dicho franquiciado.

Artículo 142 bis 2. El franquiciado debe guardar, durante la validez del contrato y a término del mismo, la confidencialidad sobre la información de este carácter o de la que tenga conocimiento y sea propiedad del franquiciador, además de sobre las operaciones y actividades establecidas en el contrato.

Artículo 142 bis 3. El franquiciador y el franquiciado no deben determinar de forma unilateral terminar o rescindir el contrato, a menos que se firmara por un periodo indefinido de tiempo, o haya una causa justificada. Para una finalización anticipada del contrato, tanto el franquiciado como el franquiciador, de mutuo acuerdo o por término, deberán cumplir con las causas y procedimientos acordados en el contrato.

En el caso de una violación de lo indicado en el párrafo anterior, la rescisión anticipada, por el franquiciador o el franquiciado, conllevará el pago de las penalizaciones acordadas en el contrato, o si se aplica, una compensación por daños y perjuicios.

Artículo 213. Infracciones administrativas:

XXV. No proporcionar al franquiciado con la información referida en el Artículo 142 de esta ley, siempre y cuando este periodo haya finalizado y se haya solicitado.

LEY DE REGULACIÓN DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Artículo 10. La solicitud para registrar una licencia de uso industrial para cualquier derecho de propiedad o franquicia, además de la conformidad de los requerimientos indicados en el Artículo 5 de sus Regulaciones, se debe indicar el nombre, nombre registrado o nombre fiscal del otorgante o franquiciador o franquicia, así como la nacionalidad y última dirección.

Junto a lo indicado en el párrafo anterior, se debe presentar el original o una copia certificada del acuerdo de licencia, autorización de uso de la franquicia.

Dicha copia debe contener la firma de ambas partes en el comentado acuerdo y puede omitir las provisiones contractuales relacionadas con los royalties u otras remuneraciones de licencia, derechos de uso, o que el franquiciado deba pagar.

También puede omitir aquello que contenga información confidencial como términos de distribución y comercialización de productos o servicios, así como anexos de información técnica que lo completen.

La aplicación del registro comentado en este Artículo, puede ser remitida por cualquiera de las partes involucradas en la licencia de uso o de la franquicia.

Artículo 65. Para el propósito del Artículo 142 de la Ley, el propietario de la franquicia debe facilitar a la otra parte, antes de la finalización del correspondiente acuerdo, al menos, la siguiente información técnica, económica y financiera:

- I. Nombre, marca o nombre fiscal, dirección y nacionalidad del franquiciador.
- II. Descripción de la franquicia.
- III. Antigüedad de la empresa franquiciadora y su origen y, si corresponde, master franquiciador de la franquicia objeto de negocio.
- IV. Derechos de propiedad intelectual de la franquicia.
- V. Cantidades y conceptos de los pagos que el franquiciado debe hacer al franquiciador.
- VI. Descripción de la asistencia técnica y servicios que el franquiciador debe proveer al franquiciador.
- VII. Definir el área territorial para las operaciones y uso de la franquicia.
- VIII. Derechos del franquiciado para otorgar sub-franquicias a terceras partes y, si aplica, los requerimientos que deben cubrir.
- IX. Obligaciones para el franquiciado con respecto a la información confidencial otorgada por el franquiciador.
- X. En general, las obligaciones y derechos del franquiciado originado por la firma del contrato de franquicia.

2.2 Describe brevemente los requerimientos relevantes de estas leyes y regulaciones.

Para la creación de una franquicia, el conocimiento y la asistencia técnica se deben transferir junto a la licencia de marca, tanto para producir o vender productos, como para proveer servicios de una forma consistente.

Las condiciones de la empresa se le deben facilitar al franquiciado 30 días antes a la firma del contrato.

El contrato debe tener indicado, como mínimo:

- Zona geográfica
- Localización, dimensiones y características del establecimiento
- Políticas de inventario, merchandising y publicidad

3. NO EXISTE LEY O REGLAMENTO PARA LA FRANQUICIA. PLANES PARA INTRODUCIRLOS.

3.1. Si tu país no tiene una ley o reglamentos específicos para franquicias ¿hay planes de introducirlos en el futuro?

No aplicable

4. RELACIONES CON LOS LEGISLADORES Y EL GOBIERNO

4.1. Por favor, indica los puntos clave en los que tu asociación haya estado trabajando con los legisladores y el Gobierno.

Hay una participación en la reforma de 2006 de la Ley de propiedad Industrial y sus Regulaciones, pero no entraremos en detalle.

5. JURISPRUDENCIA

5.1. Por favor, indica si hay estudios recientes (interesantes/notables) de casos legales en los que estén involucrados franquicias en tu país. Incluye un breve índice de estos casos relevantes.

Existen.

Fecha: Décima Edición

Registro: 2005427

Instancia: Tribunal Colegiado de Circuito

Tipo de tesis: Jurisprudencia pendiente

Fuente: Revista semanal judicial de la Federación

Libro 2, enero de 2014, volumen IV

Materia: Administrativa

Tesis: I.110.C.46 C (10a.)

Página: 3037

CONTRATO DE FRANQUICIA. EL SOLICITANTE DEL REGISTRO DE MARCAS PREVIO AL INSTITUTO MEXICANO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, ESTÁ LEGITIMADO A ENTRAR EN ÉL.

La Ley de Propiedad Industrial otorga el derecho primario de usar la marca a la persona que la presentó ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI), la solicitud del registro de dicha marca, o siempre que dicha persona haya obtenido ya el título de registro, como se indica en el Artículo 136, que establece que el propietario de la marca o en trámite, puede otorgar el derecho de uso al igual que un acuerdo o licencia, a una o varias personas, en relación a todos o a algunos de los productos o servicios a los que se aplique; esto significa que, además, el uso de la licencia constituye una vía contractual celebrada entre estos y una tercera parte (licencia), quien tendrá el derecho a defender la marca como si fuera el propietario, según los términos del número 140 del cuerpo de las leyes mencionadas.

Por otra parte, la regulación 142 de la ley en la materia estipula que la franquicia existe cuando -con la licencia de uso de la marca otorgada en conocimientos escritos y técnicos es transmitida o la asistencia técnica es proporcionada de forma consistente con los métodos operacionales, comerciales y administrativos establecidos por el propietario de la marca, tendiendo a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios; esto significa que si la licencia, por términos del contrato de franquicia, puede autorizar la explotación de estos derechos como si fuese el propietario, entonces, por lógica y bajo el principio de legislación comunitaria "quien puede lo más, puede lo menos", el solicitante, o el propietario, está también



legitimado en la celebración del contrato, porque, como propietario de la marca, deben establecer la asistencia técnica para la operación de la franquicia.

ONCEAVO TRIBUNAL COLEGIADO EN ASUNTOS CIVILES DEL PRIMER CIRCUITO
Protección directa 570/2013. Marycruz García Riveros. 17 de octubre de 2013.
Votación unánime. Interlocutor: Daniel Horacio Escudero Contreras. Secretario:
Octavio Rosales Rivera.

Esta tesis fue publicada el viernes 31 de enero de 2014 a las 10:05 en la revista semanal judicial de la Federación.

Fecha: Décima Edición
Registro: 2003833
Instancia: Tribunal Colegiado de Circuito
Tipo de tesis: Jurisprudencia pendiente
Fuente: Revista semanal judicial de la Federación
Libro XXI, junio de 2013, volumen 2
Materia: Administrativa, civil
Tesis: I.3o.C.100 C (10a.)
Página: 1248

CONTRATO DE FRANQUICIA. INCUMPLIMIENTO DE CONTRATO POR EL
FRANQUICIADOR RESPECTO A DICHO ACUERDO ADMITE PRUEBA INDIRECTA.

Dada la naturaleza del contrato de franquicia regulado por el Artículo 142 de la Ley de Propiedad Industrial, el conocimiento que, sobre la marca o servicios objeto del contrato, el franquiciado adquiere (también conocido como Know-how) obligación de mantener el secreto industrial, ya que directamente involucra el prestigio e imagen de los productos o servicios distinguidos por el secreto industrial revelado por el franquiciador.

Con la conclusión del contrato de franquicia, el franquiciado (como norma y sin contravenir la voluntad de ambas partes) está sujeto a las obligaciones de confidencialidad del secreto industrial, no incurrir en competencia desleal (cualquier acto de competencia contrario a las ventas honestas en temas comerciales o industriales), así como la prohibición de uso de la marca son determinantes con la finalización de este contrato y cuando aplique además, un acuerdo de liquidación. En esta secuencia de ideas, el conocimiento sobre la marca o servicios de la franquicia que adquiere, le obliga a mantener el secreto industrial, y, en caso de incumplimiento, esto puede considerarse una prueba indirecta, siguiendo la lógica y la sana crítica como materia probatoria, en estricto cumplimiento de las garantías legales, de seguridad judicial, y según lo establecido en la Constitución Federal. Las directrices para la evaluación de presunciones, llevan a la posibilidad de otorgarles distintos niveles de convicción, cuando se considere que es posible la existencia de un vínculo natural entre la verdad conocida y la que se busca, a veces mayor, a veces menor, y la implementación, más o menos exacta, de los principios establecidos para las suposiciones, para conocer el incumplimiento de las obligaciones que el franquiciado adquiere con el franquiciador al finalizar el contrato de franquicia. En este caso, el Tribunal Colegiado mantuvo que habiendo evaluado las pruebas, el sistema de evaluación del mediador judicial no es absoluto, pero está restringido por ciertas regulaciones basadas en los principios de lógica y experiencia que no se pueden

ignorar, originados por la tesis I.3o.C.714 C, publicada en la Revista semanal judicial de la Federación, Novena Edición, Volumen XXIX, enero de 2009, página 2823, que rezaba lo siguiente:

"REGULACIONES DE LA LÓGICA Y LA EXPERIENCIA. LA FALTA DE UNA DEFICINIÓN LEGAL PARA LA EVALUACIÓN DE LAS PRUEBAS EN LA RESOLUCIÓN JUDICIAL, NO INFRINGE LA GARANTÍA DE SEGURIDAD JUDICIAL INCLUIDA EN LOS ARTÍCULOS CONSTITUCIONALES 14 Y 16".

Acorde a esto, teniendo en cuenta el modus operandi de las actividades comerciales donde múltiples operaciones se realizar sin seguir estrictamente los procedimientos comerciales, pero que son completados por las personas de negocio y los trabajadores que emplean, las presunciones son importantes, dado que son consecuencias o factores que la ley o el hecho de que partan de un factor o un factor conocido, gana el acceso a otros desconocidos. Además, dada la naturaleza del contrato de franquicia y el conocimiento sobre la marca o servicios adquiridos por el franquiciado, en caso de incumplimiento de las obligaciones que ha adquirido a la finalización del contrato, deben ser probadas con pruebas indirectas.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN ASUNTOS CIVILES DEL PRIMER CIRCUITO

Protección directa 406/2011. Rubén Fernández Valadez. 17 de noviembre de 2011. Votación unánime. Interlocutor: Neófito López Ramos. Secretario: Mariano Suárez Reyes.

Fecha: Décima Edición

Registro: 2003834

Instancia: Tribunal Colegiado de Circuito

Tipo de tesis: Jurisprudencia pendiente

Fuente: Revista semanal judicial de la Federación

Libro XXI, junio de 2013, volumen 2

Materia: Administrativa, civil

Tesis: I.3o.C.101 C (10a.)

Página: 1250

CONTRATO DE FRANQUICIA. EL FRANQUICIADO INCURRE EN COMPETENCIA DESLEAL AL CONTRAVENIR LO ACORDADO.

La competencia desleal definida por la doctrina judicial mexicana es: "Todo acto opuesto al uso común del comercio, industria o servicios que tiene como consecuencia atraer al comprador al establecimiento, con una forma o método de comercialización no autorizado por el propietario de dichos derechos, en detrimento de quien está legalmente autorizado a explotarlo".

Consecuentemente, el contrato de franquicia puede ser contravenido por el franquiciado cuando usa de forma individual o colectiva formas o métodos de comercialización diferentes a los productos y servicios establecidos por el franquiciador, utilizando deliberadamente marcas, denominaciones o logos, en combinación con los del franquiciador, causando confusión en el cliente.

Como resultado, al contravenir el acuerdo de franquicia, el franquiciador puede tener la opción de demandar por competencia desleal ante la autoridad administrativa



competente (Instituto mexicano de la Propiedad Industrial) estableciendo, si se aplica, las apropiadas infracciones administrativas y, consecuentemente, basado en esta resolución, el franquiciador tiene derecho a solicitar a la autoridad judicial que se le compensen los daños y perjuicios.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN ASUNTOS CIVILES DEL PRIMER CIRCUITO
Protección directa 406/2011. Rubén Fernández Valadez. November 17, 2011.
Unanimous vote. Interlocutor: Neófito López Ramos. Secretario: Mariano Suárez.

Fecha: Décima Edición
Registro: 2003835
Instancia: Tribunal Colegiado de Circuito
Tipo de tesis: Jurisprudencia pendiente
Fuente: Revista semanal judicial de la Federación
Libro XXI, junio de 2013, volumen 2
Materia: Administrativa, civil
Tesis: I.3o.C.99 C (10a.)
Página: 1250

CONTRATO DE FRANQUICIA Y KNOW-HOW (SECRETO INDUSTRIAL). CONCEPTO.

El Artículo 142 primer párrafo de la Ley de Propiedad Industrial establece que: " franquicia existe cuando, con una licencia de uso, autorizado por escrito, el conocimiento técnico es transmitido o se da asistencia técnica, para que la persona a la que se le otorga la licencia pueda producir o vender los bienes o proveer los servicios de forma sólida y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el propietario de la marca, dirigidos a mantener la calidad, el prestigio y la imagen de los productos y servicios que se han destacado".

Por ello, en toda franquicia, hay dos partes esenciales que la definen: el franquiciador y el franquiciado. El primero es, como norma, el propietario de la marca protegida por el derecho de propiedad industrial, una marca puede tener una gran popularidad en el mundo de los negocios, por un lanzamiento en el mercado o una fórmula de producción o un producto o servicios particular. Por su parte, el franquiciado es la persona o empresa que quiere minimizar el riesgo de su inversión, y por ello prefiere, a través del pago de royalties o tasas, usar una fórmula que ya está probada y operar bajo el mismo nombre, imagen y marca que ya se conocen en el mercado, y que es una réplica del sistema inventado por el franquiciador. Teniendo en cuenta este precepto legal, el know-how constituye un elemento de la franquicia, ya que es cómo se denomina al conocimiento existente, y esto incluye técnicas, información secreta, teorías e incluso datos privados (como clientes y proveedores), estableciendo una serie de información práctica probada que ha resultado de la experiencia del franquiciador, y debe tener estos elementos:

- a. Es secreta. Es desconocida y no se puede acceder a ella fácilmente.
- b. Sustancia. Debe incluir información importante para la venta de productos o la realización de servicios para los usuarios finales y, particularmente, la gestión administrativa y financiera.
- c. Identificada. Debe ser descrita de forma que permita que tiene condiciones de secretismo y sustancialidad. Además, el know-how es uno de los aspectos principales en los que se apoya el contrato de franquicia.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN ASUNTOS CIVILES DEL PRIMER CIRCUITO
Protección directa 406/2011. Rubén Fernández Valadez. November 17, 2011.
Unanimous vote. Interlocutor: Neófito López Ramos. Secretario: Mariano Suárez.

6. INQUIETUDES LEGALES

6.1 ¿Cuáles son las principales inquietudes legales en relación a las operaciones de franquicia (impuestos, relaciones laborales, otros)?

La expedición de resolución de conflictos entre franquiciador y franquiciado.
La implementación de un mecanismo de mediación y la creación de un comité ético.
La representación de las franquicias ante el gobierno y trabajar con ellos con acciones y leyes que permitan la mejora de las condiciones actuales del sector de la franquicia en México.
Acciones de desarrollo y promoción que permitan la mejora de las condiciones actuales del sector de la franquicia en México.
El establecimiento de normas que promuevan el profesionalismo de las empresas de franquicia y los profesionales que trabajan en el sector de la franquicia en México.

7. SEGUIMIENTO DE PROYECTOS DE LEY

7.1 ¿Tu asociación tiene algún plan estructurado para monitorear los proyectos de ley relacionados con el sistema de franquicia o esto afecta directa o indirectamente al Congreso Nacional?

No.

7.1.2 En el caso de que exista este plan ¿lo lleva a cabo la propia asociación o se ha contratado a una empresa externa?

No.

7.2 ¿Qué asuntos cubre este monitoreo de proyectos de ley?

Sin información disponible.

7.3 ¿Cuál es el resultado de la intervención de tu asociación en el Congreso?

Sin información disponible.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

Por favor, indica los datos estadísticos para las siguientes áreas. Si no dispones de los datos exactos indica una cifra aproximada.

Sin información disponible.



AMF: JUNTA DIRECTIVA

2017-2019

Presidente: Jacobo Buzali Rahmane

Vicepresidente Nacional: Gilda Herrero

Vicepresidente Nacional: Julio Beleki

Vicepresidente Nacional: Cesar Aranday

Vicepresidente Nacional: Roberto Alor

Consejero Institucional AMF : Enrique Ulises Alcázar Córdova