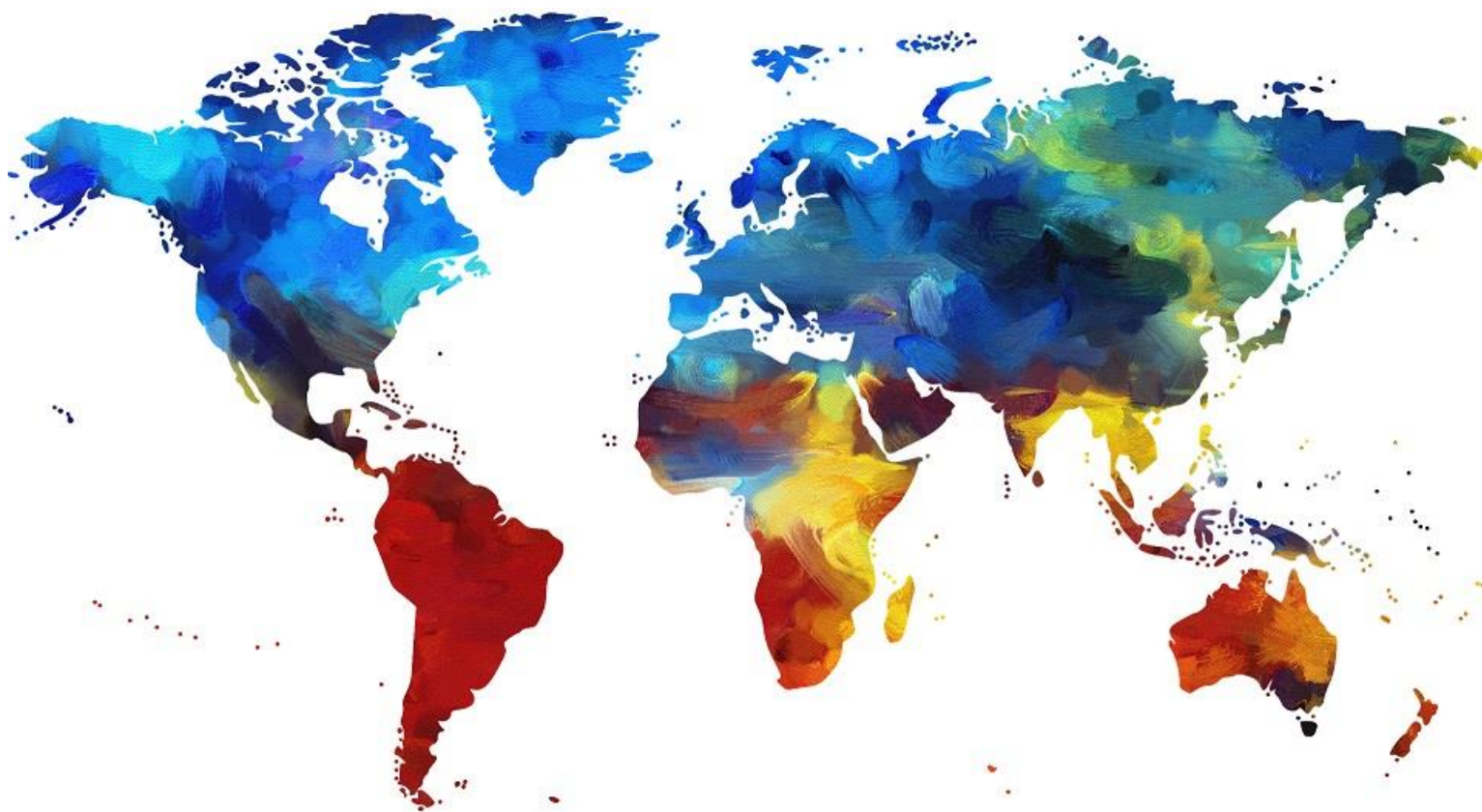


OBSERVATORIO INTERNACIONAL **DE FRANQUICIAS**

PAÍSES CON CONVENIO BILATERAL CON AEF

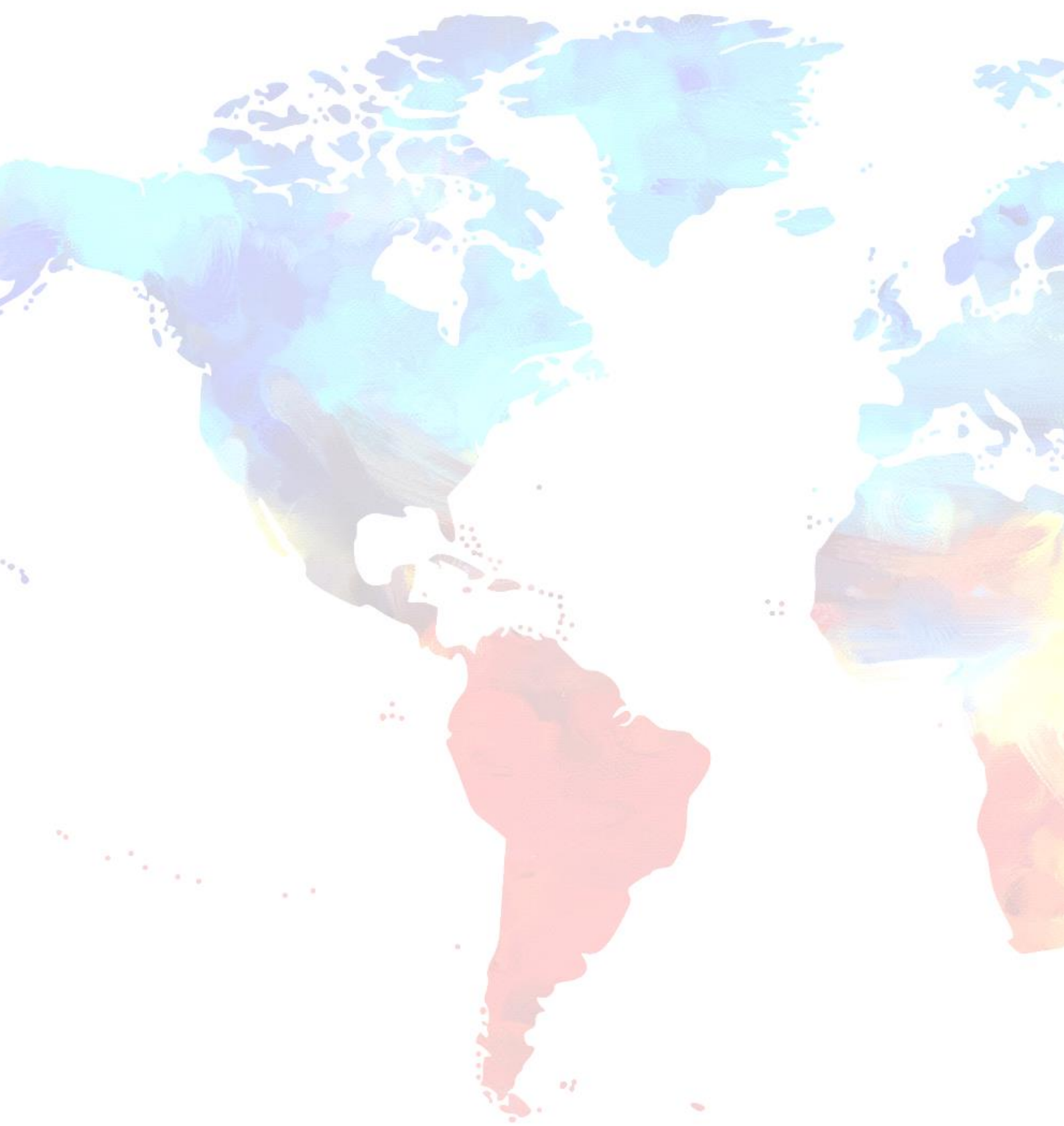


2019

ÍNDICE

1. LISTADO CONVENIOS FIRMADOS CON AEF	5
ACUERDOS FIRMADOS	5
2. DIRECTORIO DE PAÍSES	6
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIAS	6
AEF: REPORTE LEGAL	7
AEF: JUNTA DIRECTIVA	11
AEF: CENTROS COMERCIALES	12
AEF: EVENTOS APOYADOS	12
ASOCIACIÓN DE FRANQUICIAS DE PUERTO RICO	14
AEF: REPORTE LEGAL	15
AFPR: JUNTA DIRECTIVA	20
AFPR: CENTROS COMERCIALES	21
AFPR: EVENTOS APOYADOS	23
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE FRANQUICIAS	24
AGF: REPORTE LEGAL	25
AGF: JUNTA DIRECTIVA	28
AGF: CENTROS COMERCIALES	29
AGF: EVENTOS APOYADOS	29
ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS	30
AMF: REPORTE LEGAL	31
AMF: JUNTA DIRECTIVA	41
CÁMARA PERUANA DE FRANQUICIAS	42
CPF: REPORTE LEGAL	43
CPF: JUNTA DIRECTIVA	45
CPF: CENTROS COMERCIALES	46
CPF: EVENTOS APOYADOS	46
ASOCIACIÓN PORTUGUESA DE FRANQUICIAS	47
APF: REPORTE LEGAL	48
APF: JUNTA DIRECTIVA	51

APF: CENTROS COMERCIALES	52
APF: EVENTOS APOYADOS	52
CAMARA COLOMBIANA DE FRANQUICIAS (COLFRANQUICIAS)	53
COLFRANQUICIAS: REPORTE LEGAL	54
COLFRANQUICIAS: JUNTA DIRECTIVA	58
COLFRANQUICIAS: CENTROS COMERCIALES	59
COLFRANQUICIAS: EVENTOS APOYADOS	59
CÁMARA VENEZOLANA DE FRANQUICIAS (PROFRANQUICIAS)	60
PROFRANQUICIAS: REPORTE LEGAL	61
PROFRANQUICIAS: JUNTA DIRECTIVA	64
GRUPO NEXO FRANQUICIAS - CHILE	65
GRUPO NEXO FRANQUICIAS - REPORTE LEGAL	66
3. APARTADO ESPECIAL EN LA WEB DE AEF	69
ENLACE E INFORMACIÓN	69
4. ACUERDOS VIGENTES	70
SIF VALENCIA	70
5. ESTUDIOS ESTADÍSTICOS DE AEF	71
ENLACES A LOS INFORMES	71
6. GALERÍA DE FOTOS Y VÍDEOS	72
EVENTOS Y ENCUENTROS ENTRE LOS PAÍSES	72
VÍDEOS	74
7. INFORMACIÓN OTROS CONTINENTES: EUROPA	75
FRANCIA - Informe del país	75
FRANCIA - Informe legal	78
ITALIA - Informe del país	84
ITALIA - Informe legal	88
8. INFORMACIÓN OTROS CONTINENTES: OCEANÍA	91
AUSTRALIA - Informe del país	91
AUSTRALIA - Informe legal	97
9. INFORMACIÓN OTROS CONTINENTES: ASIA	102
COREA - Informe del país	102
COREA - Informe legal	107



1. LISTADO CONVENIOS FIRMADOS CON AEF

ACUERDOS FIRMADOS

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE FRANQUIADORES
(AEF)



ASOCIACIÓN ARGENTINA
DE MARCAS Y
FRANQUICIAS (AAMF)

10/07/2018



ASOCIACIÓN DE
FRANQUICIAS DE
PUERTO RICO

25/9/2019



ASOCIACIÓN
GUATEMALTECA DE
FRANQUICIAS (AGF)

31/05/2018



ASOCIACIÓN MEXICANA
DE FRANQUICIAS (AMF)

02/03/2018



ASOCIACIÓN
PORTUGUESA DE
FRANQUICIAS (APF)

11/05/2018



ASOCIACIÓN PERUANA
DE FRANQUICIAS

10/07/2018



CAMARA COLOMBIANA
DE FRANQUICIAS
(COLFRANQUICIAS)

10/07/2018



CÁMARA VENEZOLANA
DE FRANQUICIAS
(PROFRANQUICIAS)

2017



2. DIRECTORIO DE PAÍSES

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRANQUICIAS (AEF)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Luisa Masuet (Presidenta) Eduardo Abadía (Director Gerente)
DIRECCIÓN:	Pº de la Castellana, 135, planta 6, of. 621 28046 Madrid
TEL./FAX:	Tel.: (+34) 914612226 / 917872050 Fax: (+34) 917872074
E-MAIL:	Luisa.masuet@franquiciadores.com aef@icaro.net
WEB:	www.franquiciadores.com





AEF: REPORTE LEGAL

PAÍS: ESPAÑA

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.

En España hay leyes de franquicia y éstas no se han modificado o actualizado recientemente. Las principales son:

Real Decreto 201/2010 del 26 de febrero sobre la actividad comercial de la franquicia y la comunicación de datos al Registro de Franquiciadores.

Artículo 62 de Regulación del Comercio Minorista Act 7/1996 del 15 de enero.

También hay otras leyes aplicables como la referida a la competencia desleal: Regulación (EU) número 330/2010 de la Comisión del 20 de abril; directrices para las restricciones verticales.

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

Artículo 62 de Regulación del Comercio Minorista Act 7/1996

Article 62 of Retail Trade Act 7/1996 establece la obligación al franquiciador de entregar la documentación precontractual al candidato al menos 20 días antes de la fecha de la firma o de la entrega de dinero en reserva.

Artículo 3 del Real Decreto 201/2010 (que desarrolla el Comercio Minorista Act 7/96) establece el contenido mínimo de la información precontractual en:

- Datos principales de identificación del franquiciador.
- Descripción de la actividad de la franquicia.
- Contenido y principales características de la franquicia.
- Estructura y extensión de la red de franquicias.
- Elementos esenciales del acuerdo de franquicia.

Como comentario importante, indicar que la obligatoriedad para el franquiciador de registrarse en el Registro de Franquiciadores se ha suspendido con fecha abril de 2018.

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

No hay

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

El Registro de Franquiciadores depende del Ministerio de Economía y Competitividad y, en particular, del Director General de Comercio Minorista.



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?

España tiene leyes específicas.

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?

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.

Cláusula post-contractual de no competencia.

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.

Encroachment: Audiencia Provincial de Castellón 22 de julio de 2015

El demandante es un franquiciado de McDonald's que tiene tres restaurantes en la Comunidad Valenciana. Es importante comentar que el acuerdo de franquicia no incluía una cláusula de exclusividad territorial. Sin embargo, el franquiciado demandó al franquiciador y reclamó una compensación al considerar que la falta de esa cláusula hacía nulo el acuerdo y que McDonald's había abierto un restaurante en el área de influencia del franquiciado. El Juez de Primera Instancia y la Audiencia Provincial de Castellón desestimaron la demanda del franquiciado y sentenciaron que el acuerdo se firmó con la conformidad de ambas partes, salvo que una cláusula alterara el orden público. Según el Tribunal, la cláusula establece que no hay una exclusividad territorial, lo cual no infringe la voluntad de las partes ni su buena fe. Además, el Tribunal añadió que el franquiciador puede organizar libremente su red y que tiene permitido abrir un restaurante en el área de influencia de un franquiciado.

Fijación de precios en la franquicia: El caso de Foster's Hollywood

La fijación de los precios está considerada una de las infracciones más serias. Actualmente los controla la Regulación Europea 330/2010 en la aplicación del artículo 101(3) del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, en la categoría de acuerdos verticales.

La fijación de precios está prohibida, si bien es posible establecer precios recomendados y establecer precios máximos.

La sanción por fijar los precios es la anulación del acuerdo de franquicia y la posibilidad de sanciones. La fijación de los precios puede de algo indirecto como imprimir menús que incluyan precios de forma centralizada.

La autoridad española que supervisa la correcta aplicación de las normas anticompetencia es la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (NCMC), cuyas resoluciones son públicas. El NCMC ha publicado recientemente un acuerdo alcanzado el 10 de marzo de 2016 con un franquiciador para prevenir una sanción por la fijación de precios. El contenido del acuerdo puede considerarse un "puerto seguro" para otros franquiciadores que quieran comprobar lo que no es fijación de precios.

El caso apareció en 2014 por la queja de un franquiciado de Foster's Hollywood. La investigación del NCMC declaró que el franquiciador tenía precios diferentes según las áreas geográficas. Además, el franquiciador imprimía anualmente los menús de sus franquiciados y los precios. La mayoría de los franquiciados podían modificar directamente los precios pero debían consultar previamente al franquiciador para que les autorizara por escrito los cambios en los menús y los precios para bebidas alcohólicas y ciertas promociones no podían cambiarse.

El acuerdo al que llegó el franquiciador con el NCMC constaba de cuatro partes. Primero, antes de imprimir el menú, el franquiciador se comprometió a enviar la plantilla con dos columnas a los franquiciados: una con el precio recomendado/máximo y otra vacía para que el franquiciado pudiera modificar el importe. La diferencia entre el antiguo sistema y el nuevo es que el franquiciado, en lugar de solicitar un cambio de precio, lo hacía él mismo.

Segundo, cada franquiciado podría modificar los precios de cualquier producto por internet y el franquiciador se encargaría de procesar la solicitud e imprimir los precios (coste a cargo del franquiciado). En este caso, en lugar de pedir autorización para cambiar el importe, el franquiciado lo podía hacer vía internet cuando quisiera. Tercero, el franquiciador se comprometió a enviar de forma regular un email a sus franquiciados con los precios de sus restaurantes pero indicando que esos importes impresos son sólo por cuestión de efectividad y que el franquiciado puede cambiarlos cuando desee.

Cuanto, el franquiciado debe ser capaz de establecer los precios de los menús y de las bebidas (las bebidas alcohólicas incluidas) y de emprender promociones locales con notificación previa al franquiciador al menos tres semanas antes para comprobar la disponibilidad y que cumple con la imagen corporativa del franquiciador. Estos compromisos pueden ser relevantes para franquicias similares como buenas prácticas para evitar la fijación de precios.

6. INQUIETUDES LEGALES

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

No hay

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?

La Dirección General de Comercio (que depende del Ministerio de Economía y Competitividad) contacta con la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) cada vez que un proyectos de ley puede tener un impacto en el sector (como el Proyecto



de Distribución Comercial de 2007 y el Código Mercantil de 2011). La AEF es convocada para emitir un escrito por su Comité de Expertos que será tenido en cuenta por la Dirección General antes de aprobar el Proyecto de Ley.

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?

Lo ejecuta directamente la Asociación.

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

Cualquier asunto relacionado con la franquicia como la exclusividad territorial o la cláusula de competencia post-contractual.

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

Una de las más importantes fue que el Proyecto de Ley de Distribución Comercial de 2007 no siguió adelante gracias a la AEF.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

	2014	2015	2016	2017
Número de casos de mediación cerrados antes del proceso judicial				
Número de juicios relacionados directamente con la franquicia	44	33	39	
Número de casos ganados por el franquiciador	31	26	22	
Número de casos ganados por el franquiciado	13	7	17	
Total				

- (1) No hay estadísticas disponibles porque no existen datos públicos de los Casos de Mediación.
- (2) Los datos se pueden encontrar en el informe de jurisprudencia de la AEF: <http://www.franquiciadores.com/observatorio-jurisprudencia-franquicias/>



AEF: JUNTA DIRECTIVA

2018-2022

Presidenta: Luisa Masuet (MCDONALD'S)

Vicepresidente: Santiago Páramo (DIA)

Secretario: Gorka Uranga (MAIL BOXES ETC)

Vocales:

Xavier Vallhonrat (ASOCIACIÓN CATALANA DE FRANQUICIAS)

Lydia Estremera (CARLIN)

Ricardo Sousa (CENTURY21 España)

Marcos Moure (ELEFANTE AZUL)

José Carrasco (FERSAY)

Marina González (MCDONALD'S)

Vicente Pascual (MIDAS)

Iván Martín (GRUPO ZENA)

Asesor Legal: Jordi Ruiz de Villa (JAUSAS LEGAL)

Equipo de AEF:

Eduardo Abadía (Director Ejecutivo)

Verónica Zarco (Assistant/administración)

Juan Carlos Martín (Director de comunicación)



AEF: CENTROS COMERCIALES

AEF: EVENTOS APOYADOS

FECHA	FERIA	WEB
31 de enero	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
20 de febrero	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
22 de febrero	FRANQUIATLÁNTICO 2019	http://www.franquiatlantico.com
7 de marzo	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
21 de marzo	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
Del 4 al 6 de abril	EXPOFRANQUICIA 2019	http://www.ifema.es/expofranquicia_01/
16 de mayo	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
30 de mayo	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
6 de junio	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
Del 12 al 13 de junio	BIZBARCELONA 2019	http://www.bizbarcelona.com/
20 de junio	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
12 de septiembre	FRANKINORTE 2019	http://www.frankinorte.com
19 de septiembre	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
17 de octubre	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
17 al 19 octubre	SIF 2019	http://sif.feriavalencia.com//
7 de noviembre	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
21 de noviembre	FRANQUISHOP	www.franquiciasfranquishop.es
Noviembre	FIFSUR 2019	http://www.fifsur.com/

ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARCAS Y FRANQUICIAS (AAMF)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Susana Perrota (Presidenta) Lucas Secades (Vicepresidente Ejecutivo)
DIRECCIÓN:	Avenida del Libertador 184, Piso 11 D, Retiro- CABA - Buenos Aires
TEL.:	(54) 11 3494-4009 / 4312-2030
E-MAIL:	susana@fiskingles.com.ar lsecales@aamf.com.ar
WEB:	http://aamf.com.ar



ASOCIACIÓN DE FRANQUICIAS DE PUERTO RICO (AFPR)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE: Ricardo L. Rivera Badía (Presidente)

DIRECCIÓN: 813 SE 29th Street Suite 105 Caparra
Terrace
San Juan (Puerto Rico)

TEL.: +1 787-637-0573

E-MAIL: franquiciaspr@gmail.com

WEB: www.facebook.com/franquiciaspr





AEF: REPORTE LEGAL

PAÍS: PUERTO RICO

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.

Puerto Rico no tiene una ley de franquicias, pero los franquiciadores puertorriqueños tienen que cumplir con la reglamentación de franquicias federal de los Estados Unidos de América y administrada por el Federal Trade Commission.

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

Las franquicias de Puerto Rico tienen que cumplir con el proceso de divulgación requerido por el Federal Trade Commission que requiere la entrega del Franchise Disclosure Document (FDD) 14 días naturales antes de la firma del contrato de franquicias.

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

Si; y las hemos combatido exitosamente, por entender que iban en detrimento de los franquiciadores locales y extranjeros.

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

No lo hay.

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 75 - Ley de Contratos de Distribución

Art. 1 Definiciones. (10 L.P.R.A. sec. 278)

Para los propósitos de este Capítulo, los siguientes términos tendrán el significado que se expresa, excepto cuando el contexto claramente indique un significado diferente:

(a) *Distribuidor* : persona realmente interesada en un contrato de distribución por tener efectivamente a su cargo en Puerto Rico la



distribución, agencia, concesión o representación de determinada mercancía o servicio.

(b) *Contrato de distribución*: relación establecida entre un distribuidor y un principal o concedente, mediante la cual, e irrespectivamente de la forma en que las partes denominen, caractericen o formalicen dicha relación, el primero se hace real y efectivamente cargo de la distribución de una mercancía, o de la prestación de un servicio mediante concesión o franquicia, en el mercado de Puerto Rico.

(c) *Principal o concedente*: persona que otorga un contrato de distribución con un distribuidor.

(d) *Justa causa*: incumplimiento de alguna de las obligaciones esenciales del contrato de distribución, por parte del distribuidor, o cualquier acción u omisión por parte de éste que afecte adversamente y en forma sustancial los intereses del principal o concedente en el desarrollo del mercado o distribución de la mercancía o servicios. (Enmendada en el 1966, ley 105)

Ley 169 - Ley de Marcas del Gobierno de Puerto Rico

En un mercado global los derechos de propiedad intelectual constituyen el principal activo de cualquier empresa. En específico, las marcas de fábrica tienen el propósito de identificar bienes y servicios de cualquier industria, además de representar lo que es plusvalía del negocio. Del mismo modo que otros estados de los Estados Unidos, Puerto Rico tiene una oficina, conocida como "Puerto Rico Trademark Office" (PRT0) que se encarga de administrar los procedimientos relacionados a registros de marca a nivel estatal. Por ello necesita un estatuto que de forma ordenada se atempere a las circunstancias modernas y propias de la práctica de derecho marcario en Puerto Rico.

La nueva Ley de Marcas del Gobierno de Puerto Rico integra elementos de la Ley Núm. 63 de 14 de agosto de 1991; el Lanham Act (US Trademark Act, 15 USC 1051 et. seq.) y el Model State Trademark Act, y forja un estatuto de avanzada.

Entre los aspectos más importantes de esta Ley se incluyen nuevas definiciones de marcas, las cuales tienen el efecto de traer más objetividad a la práctica de derecho de marcas y consecuentemente sobre el comercio de Puerto Rico. Se añaden, además, elementos que pueden ser objeto de registro como por ejemplo: diseños de producto y diseño de interior, sonidos y olores entre otros, como también métodos de identificación de productos o servicios.



Por otro lado, el nuevo estatuto detalla las prohibiciones de registro respondiendo a lo difícil que resulta hacer registros o identificar cuáles marcas son objeto de protección. Se especifica sobre la protección de nombres personales y designaciones geográficas y se incluye protección a empaques y envases y marcas famosas. Con este tipo de protección se pretende incentivar industrias relacionadas a marcas, mercadeo y “branding”, además de conferir protección a industrias multinacionales en Puerto Rico, de modo que tengan mayor confianza al hacer negocios en Puerto Rico.

En acorde con teorías económicas relevantes a la protección de marcas de fábrica a nivel internacional, en este nuevo estatuto se incluyen disposiciones expresas referentes al registro de marcas sin uso, confiriéndole mayor protección a esta vertiente. Al proteger marcas sin uso se incentiva a pequeñas y medianas empresas en proceso de expansión comercial.

La aprobación de este nuevo estatuto redundará en mayor confianza para empresas nacionales y aquellas multinacionales que hacen o interesen hacer negocios en Puerto Rico.

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?

Debido a que Puerto Rico es un territorio no incorporado de los Estados Unidos de América la reglamentación de las franquicias es campo ocupado por la "Regla de Franquicias" del Gobierno Federal Norte. La actividad de la industria se conduce de la misma forma que en los 36 estados continentales donde no existe una ley de franquicias específica.

A la fecha no hemos identificado una razón de peso para crear una ley o reglamentación para franquicias en Puerto Rico. Con lo antes expuesto no cerramos la puerta a todas las sugerencias o buenas ideas que puedan ayudar a fortalecer la industria.

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.

Desde el año 2000 junto a la "International Franchise Association" y la



Asociación de Restaurantes de Puerto Rico hemos combatido exitosamente múltiples intentos de leyes de franquicias que solo tenían la intención de flexibilizar los contratos y afectar la estandarización de los conceptos que es la esencia de todo sistema de franquicia.

Contamos con una excelente relación con legisladores de los tres partidos políticos en Puerto Rico.

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.

Caribbean Restaurants, LLC v. Burger King Corporation, No. 3:2014cv01200 - Document 56 (D.P.R. 2014)

6. INQUIETUDES LEGALES

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

Es continuo el debate sobre la aplicabilidad de la Ley 75 de Distribución "Relationship Law" a los casos de franquicias en Puerto Rico ya que la misma atiende principalmente el asunto de justa causa ante la cancelación o no renovación de un contrato de franquicias.

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?

La Asociación de Franquicias de Puerto Rico junto al "International Franchise Association" y la Asociación de Restaurantes de Puerto Rico se mantiene monitoreando continuamente los continuos intentos de aprobar leyes que van en contra de los elementos fundamentales de la industria de las franquicias.

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?

La propia asociación lo lleva a cabo junto a la IFA y ASORE.

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

Toda legislación que impacte la industria de franquicias, restaurantes y "retail" en general.



7.3 ¿Cuál es el resultado de la intervención de tu asociación en el Congreso?
Hemos detenido todos los intentos de introducir leyes de franquicias que atentan contra los fundamentos básicos de la industria de franquicias a nivel mundial.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

A la fecha no contamos estadísticos.

AFPR: JUNTA DIRECTIVA

1. Ricardo L. Rivera Badía, Presidente
2. Fernando Portillo, Director - Vicepresidente
3. Teresa Caballero, Directora - Secretaria
4. Dominga Morales, Directora - Tesorera
5. Rafael Pérez, Director
6. Juan Diego Cobo, Director
7. Hector Westerband, Director

AFPR: CENTROS COMERCIALES

1. Plaza Las Americas, San Juan - Empresas Fonalledas
2. Mall of San Juan, San Juan - Toubman
3. San Patricio Plaza, Guaynabo - Empresas Caparra
4. Rout 66 Outlets, Canovanas - Tirri Enterprises
4. Plaza Carolina, Carolina - Simon Properties
5. Premium Outlets Barceloneta, Barceloneta - Simon Properties
6. The Outlets at Montehiedra, San Juan - Urban Edge Properties
7. Las Catalinas Mall, Caguas - Urban Edge Properties
8. Aguadilla Mall, Aguadilla - Commercial Centers Management
9. Plaza Caparra, Guaynabo - Commercial Centers Management
10. Plaza Trujillo Alto, Trujillo Alto - Kimco
11. Plaza Centro Mall, Caguas - Kimco
12. Manati Plaza, Manati - Kimco
13. Ponce Town Center, Ponce - Kimco
14. Mayagüez Town Center, Mayagüez - Kimco
15. Plaza del Norte, Hatillo - Retail Value, Inc.
16. Plaza Isabela, Isabela - Retail Value, Inc.
17. Plaza del Sol, Bayamón - Retail Value, Inc.
18. Rio Hondo Plaza, Bayamón - Retail Value, Inc.
19. Plaza Wal-Mart, Guayama - Retail Value, Inc.
20. Plaza Vega Baja, Vega Baja - Retail Value, Inc.
21. Plaza del Atlántico, Arecibo - Retail Value, Inc.
22. Plaza Fajardo, Fajardo - Retail Value, Inc.
23. Plaza Escorial, Carolina - Retail Value, Inc.
24. Señorial Plaza, San Juan - Retail Value, Inc.
25. Plaza Cayey, Cayey - Retail Value, Inc.
26. Plaza Palma Real, Humacao - Retail Value, Inc.
27. Galeria Paseos, San Juan - GGP
28. Plaza Los Prados, Caguas - The Sembler Group Co.
29. Juncos Plaza, Juncos - The Sembler Group Co.
30. Manatí Centro Plaza, Manatí - The Sembler Group Co.
31. Plazoleta La Ceramica, Carolina - The Sembler Group Co.
32. University Plaza, Mayagüez - The Sembler Group Co.

Downtown Development Centers:

Status	Location	Name	GLA
O	Adjuntas, PR 00601	Adjuntas Plaza Shopping Center	83,754
O	Aguada, PR 00698	Aguada Shopping Center	47,036
O	Aguadilla, PR 00605	Aguadilla Muñoz Rivera St.	4,000
O	Aguadilla, PR 00605	Aguadilla Progresso St.	4,000
O	Aguadilla, PR 00603	Plaza Victoria Shopping Center	99,597
O	Aibonito, PR 00705	Plaza Las Flores Shopping Center	136,934
O	Arecibo, PR 00612	Arecibo Shopping Center	98,729
F	Arecibo, PR 00612	Arecibo National	24,000
F	Arecibo, PR 00612	Arecibo Town Center	180,018
O	Arecibo, PR 00612	Arecibo Plaza Shopping Center	52,877
F	Bayamón, PR 00957	Rexville Court Plaza	25,325
O	Bayamón, PR 00957	Victory Shopping Center	153,688
O	Bayamón, PR 00957	Bayamón Center	100,000
O	Bayamón, PR 00919	Corujo Warehouse Building	98,540
O	Bayamón, PR 00957	Dr. Veve	5,000
O	Cabo Rojo, PR 00623	Cabo Rojo Shopping Court	34,855
O	Cabo Rojo, PR 00623	Cabo Rojo Plaza Shopping Center	90,057
O	Cabo Rojo, PR 00623	Cabo Rojo Town Center	83,223
O	Caguas, PR 00725	Bairoa Shopping Center	86,647
O	Caguas, PR 00725	Plaza del Carmen Mall	176,115
O	Caguas, PR 00725	Plaza Gautier Benitez	57,788
O	Caguas, PR 00725	Villa del Carmen Shopping Center	61,938
F	Camuy, PR 00627	Camuy Plaza	58,900
F	Canovanas, PR 00729	Canovanas Shopping Center	367,393
O	Carolina, PR 00984	Century Business Park	262,117
O	Carolina, PR 00984	Pitusa Office Building	85,850
O	Carolina, PR 00984	Carolina Industrial Park	48,547
O	Cayey, PR 00736	Muñoz Rivera	5,500
O	Coamo, PR 00769	Coamo Plaza Shopping Center	193,876
O	Corozal, PR 00783	Corozal Plaza Shopping Center	84,299
O	Guayama, PR 00784	Guayama Business Center	126,828
O	Guaynabo, PR 00920	1500 Roosevelt	123,830
O	Guaynabo, PR 00920	1508 Roosevelt	44,310
O	Guaynabo, PR 00920	Triple S Plaza	61,251
O	Gurabo, PR 00778	Gurabo Plaza Shopping Center	57,680
O	Humacao, PR 00791	Humacao Shopping Center	204,206
F	Juana Díaz, PR 00795	Plaza Las Lomas	31,262
O	Juana Díaz, PR 00837	Juana Díaz Shopping Court	9,308
O	Manatí, PR 00674	Plaza Atenas Shopping Center	164,658
O	Manatí, PR 00674	Monte Real Shopping Center	287,519
O	Manatí, P.R. 00674	McKinley	4,918
O	Morovis, PR 00687	Morovis Plaza Shopping Center	120,790



O	Ponce, PR 00791	Glenview Gardens Shopping Center	25,382
O	Ponce, PR 00731	Santa Maria Office Building	28,980
O	Ponce, PR 00731	Valle Real Shopping Center	62,394
O	Ponce, PR 00731	Reparada Warehouse Building	35,210
O	Ponce, PR 00731	86 Union Street Building	4,000
O	Ponce, PR 00731	San Rafael Industrial Park	200,000
O	Rio Grande, PR 00745	Rio Grande Plaza	52,475
F	Rio Grande, PR 00745	Rio Grande Shopping Court	43,100
F	Rio Grande, PR 00745	Rio Grande Town Center	48,973
O	San Juan, PR 00928	65th Infantry Shopping Center	86,689
O	San Juan, PR 00926	Caribbean Office Plaza	85,889
O	San Juan, PR 00908	Norte Shopping Center	161,225
O	San Juan, PR 00928	Rio Piedras Office Building	300,320
U	San Juan, PR 00928	Valencia Office Building	159,800
O	San Juan, PR 00917	Nacional Plaza Office Building	170,461
O	San Sebastian, PR 00685	San Sebastian Shopping Center	138,772
O	San Sebastian, PR 00685	Plaza San Sebastian Shopping Center	62,046
O	St. Croix, VI 00820	Golden Rock Shopping Center	98,463
O	Toa Alta, PR 00953	Plaza Aquarium Mall	164,628
O	Yabucoa, PR 00767	Plaza Yabucoa Shopping Center	103,453
O	Yabucoa, PR 00767	Yabucoa Shopping Center	28,148
O	Yauco, PR 00698	Yauco Shopping Center	86,614
O	Yauco, PR 00698	32 Comercio St.	6,100

Note: GLA stands for Gross Leasable Area.

AFPR: EVENTOS APOYADOS

Expo Franquicias Caribe - El mismo se ha celebrado en el 2015, 2016 y 2018. En el 2019 está pautado para el mes de noviembre.

ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE FRANQUICIAS (AGF)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Fiorella Perini (Presidenta) José Fernández (Director Ejecutivo)
DIRECCIÓN:	5 Avenida 5-55 zona 14, Torre I, Nivel 2, Europlaza World Business Center Ciudad Guatemala
TEL./FAX:	Tel.: (502) 2386-8809 Fax: (502) 2386-8800
E-MAIL:	presidencia@guatefranquicias.org vicepresidencia@guatefranquicias.org
WEB:	http://guatefranquicias.org



AGF: REPORTE LEGAL

PAÍS: GUATEMALA

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.

Guatemala no tiene una ley de franquicias

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

No hay

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

Yes

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

No hay

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 guatemalteca de protección de la propiedad industrial e intelectual nº 57-2000:

ARTICULO 46. Inscripción de la licencia. La licencia surtirá efectos frente a terceros sólo si estuviere inscrita en el Registro. La solicitud de inscripción de la licencia de uso podrá ser presentada por el propietario de la marca o por el licenciatario y deberá contener:

1. a) El nombre, razón social o denominación del propietario y del licenciatario y su domicilio;
2. b) La marca o marcas objeto de la licencia e indicación de sus registros;
3. c) El plazo de la licencia, si lo tuviere;
4. d) Indicación de si la licencia es exclusiva o no y condiciones, pactos o restricciones

convenidas sobre el uso de la marca; y

5. e) Resumen de las disposiciones sobre control de calidad.

A la solicitud deberá acompañarse una copia del contrato de licencia o un resumen del mismo, firmado por las partes, que contenga la información a que se refiere el párrafo anterior, y el comprobante de pago de la tasa correspondiente. Si el contrato de licencia o el resumen del mismo no hubiere sido otorgado en Guatemala, el documento deberá estar debidamente legalizado y con traducción jurada al español, si fuere el caso.



El contrato de licencia deberá contener disposiciones que aseguren el control, por parte del propietario sobre la calidad de los productos o servicios objeto de la misma.

A pedido de cualquier persona interesada y previa audiencia al titular del registro de la marca y al licenciatario por el plazo común de quince días, el juez competente podrá cancelar la inscripción del contrato de licencia y prohibir el uso de la marca por el licenciatario cuando, por defecto de un adecuado control de calidad o por algún abuso de la licencia, ocurriera o pudiera ocurrir confusión, engaño o perjuicio para el público consumidor.

En lo que se refiere a la materia regulada por esta ley, los contratos de franquicia se regirán también por las disposiciones de este capítulo.

[Leer ley completa AQUÍ](#)

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?

La AGF tiene un Comité de Trabajo para desarrollar una ley de franquicias para remitirla al Congreso en 2019.

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.

La AGF tiene en marcha el proyecto para desarrollar una ley de franquicias y remitir la propuesta al Congreso Nacional en 2019. La AGF tiene un fuerte proyecto junto al Ministerio de Economía relacionado con la estrategia nacional de franquicia, el desarrollo de microfranquicias y el soporte a los eventos de franquicia.

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.

No hay

6. INQUIETUDES LEGALES

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

La Ley Antimonopolio y de Competencia Desleal se encuentra bajo debate y aprobación por parte del Congreso Nacional para determinar los límites de la exclusividad territorial, proveedores asignados, y los precios acordados entre dos partes, afectando al modelo de franquicia.

El sistema de franquicias puede ser un método de defensa para las empresas pero la ley tiene un gran interés con respecto a los franquiciadores y la AGF.

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?

Sí, seguimos mensualmente el avance de la Ley Antimonopolio y de Competencia Desleal en el Congreso Nacional.

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?

No hay

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

Una propuesta para excluir a la franquicia de la Ley Antimonopolio y de Competencia Desleal.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

No hay



AGF: JUNTA DIRECTIVA

2018-2019

Presidente: Fiorella Perini (Al Macarone)

Vicepresidente: Klaus Kopper (Café Gitane)

Director Ejecutivo: José Fernández (Francorp)

Secretario: Juan Luis Rodríguez (Rodriguez & Asociados)

Tesorero: Feher & Feher

Vocal: Julio Cesar Loarca (Comunícalo)

Vocal: Carlos Córdón (Tacontento)

Vocal: Diego Villeda (Motoshop VRC)

Vocal: Juan Felipe Destarac (Tiendas Mass)

Vocal: Ramón Hernández (Primavera Suites)

Gerente administrativa: Martha Regina Castillo

AGF: CENTROS COMERCIALES

Datos y estadísticas de los centros comerciales en Guatemala: [Ver informe](#)

AGF: EVENTOS APOYADOS

1. Encuentro Internacional de Franquicias, 21 y 22 de Mayo de 2019, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

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

CÁMARA PERUANA DE FRANQUICIAS (CPF)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:

José Luis Zarate (Presidente)
Luis Kiser (Vicepresidente)

DIRECCIÓN:

El Derby 250 - Santiago de Surco
Lima 15023 - Perú

TEL./FAX:

(51) 14801157

E-MAIL:

joseluis.zarate@zarate.edu.pe
lkiser@frontconsulting.com.pe

WEB:

<http://www.cpfranquicias.com>



CPF: REPORTE LEGAL

PAÍS: Perú

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.

No hay una ley sólo tenemos un código de ética.

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.

No hay.

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

Sólo la CPF.

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?

Solo el código civil.

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.

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.

-



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.

-

6. INQUIETUDES LEGALES

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

-

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?

-

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

-

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

-

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

-



CPF: JUNTA DIRECTIVA

2016-2018 (octubre)

Presidente: Jose Luis Zarate Verastegui (Corporación Educativa Zarate, Z&V Inmobiliaria)

Vicepresidente: Luis Kiser Rodriguez (Front Consulting)

Directora: Nathaly Pflucker del Castillo (Front Marketing)

Director: Carlos Illescas Riera (Federación Deportiva Peruana de Pentatlón)

Director: Alejandro Garro (PMKT CONSULTING)



CPF: CENTROS COMERCIALES

CPF: EVENTOS APOYADOS

1. 19 y 20 junio 2019 en Lima - Expo rueda internacional de negocios de franquicias:
<http://www.expofranquicias.com.pe/>
2. 29 y 30 de mayo Mayo 2019 - FIF - FERIA Internacional de franquicias de Lima
<http://feriafranquiciasperu.com/>

ASOCIACIÓN PORTUGUESA DE FRANQUICIAS (APF)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Ricardo Sousa (Presidente) Cristina Matos (Directora) José Francisco Cavaleiro (Asesor legal)
DIRECCIÓN:	Rua Marquês de Pombal, nº347 2755-247 Murches, Cascais – Portugal
TEL.:	(351) 969 105 891
E-MAIL:	rsousa@c21iberia.com cmatos@apf.org.pt
WEB:	http://www.apf.org.pt





APF: REPORTE LEGAL

PAÍS: Portugal

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.

No.

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

n.a.

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

No.

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

No.

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?

- El Reglamento de la Unión Europea (UE) 330/2010 del 20 de Abril
- El Código Civil
- La Ley del Contrato de Agencia (Dec-Lei 178/86 del 3 de julio)
- La Ley de la Competencia (Ley 19/2012 del 8 de mayo)
- Código de la propiedad industrial (Dec-Lei 36/2003 del 5 de marzo)
- Código de la propiedad intelectual (Dec-Lei 63/85 del 4 de marzo)
- Ley de las condiciones generales de la contratación (Dec-lei 446/85 del 25 de octubre)



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.

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.

n.a.

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.

No.

6. INQUIETUDES LEGALES

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

Impuestos. Tasa de retención del 25% sobre royalties.

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?

Todas las leyes en Portugal son objeto de discusión pública y las asociaciones del sector en causa son llamadas a pronunciarse sobre el tema.



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?

La propia asociación.

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

Franquicias; royalties y temas laborales.

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

n.a.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

	2014	2015	2016	2017	2018
Número de casos de mediación cerrados antes del proceso judicial	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Número de juicios relacionados directamente con la franquicia	2	5	0	1	2
Número de casos ganados por el franquiciador	0	4	0	0	1
Número de casos ganados por el franquiciado	2	1	0	1	1
Total	2	5	0	1	2

Sólo tenemos estadística sobre los casos juzgados en los Tribunales Superiores.



APF: JUNTA DIRECTIVA

2019-2022

Board of Directors:

- **President - Remax / Manuel Alvarez**
- **Vice President - Vivafit / Pedro Ruiz**
- **Vice President - Mc Donalds / António Oliveira Martins**
- **Vice President / Member - Luzzo Pizza / Bruno Costa;**
- **Vice President - Loja do Condomínio - Franchise / Fernando Costa de Oliveira**

Fiscal Council:

- **President - Spar / Luís da Bernarda**
- **Vice President / Member - Travel Market / Nuno Castro;**
- **Vice President / Member - Auchan / Jaime Lemos**
- **Vice President / Member - Fitness Factory / Pedro Simão;**
- **Vice-President / Member - Chaviarte / António Correia;**

Board of the Meeting:

- **President - Onebiz / Pedro Santos**
- **Vice-President - Maxfinance / Beatriz Rubio;**
- **Vice President - Minipreço / Marisa Garrido;**

Advisory Board (marks of previous presidencies):

- **Century21 / Ricardo Sousa**
- **McDonalds / Isabel Andrade**
- **Shop Of The Condominium / Paulo Antunes**
- **5 To the SEC / Rita Barral**



APF: CENTROS COMERCIALES

Sin datos.

APF: EVENTOS APOYADOS

1. FEF2019 – Franchising & Entrepreneur Fair

24-26 Marzo

Lisboa, Portugal

<http://www.associacaoofranchising.pt/>

CAMARA COLOMBIANA DE FRANQUICIAS (COLFRANQUICIAS)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Francisco Paille (Presidente) Lizzet Pachón (Directora Ejecutiva) Luis Felipe Jaramillo (Dtor. Internacional)
DIRECCIÓN:	Avenida Carrera 7 No. 127-48 Casa B, 2º Piso – Centro Empresarial 128 Bogotá Colombia
TEL./FAX:	Tel.: (57) 520-0422 Fax: (57) 520-7412
E-MAIL:	presidencia@colfranquicias.com lfjaramillo@lfm.com.co
WEB:	http://colfranquicias.com





COLFRANQUICIAS: REPORTE LEGAL

PAÍS: Colombia

1. LEGISLACIÓN ESPECÍFICA DE FRANQUICIA

1.1. Por favor, indique si hay leyes y regulaciones en su país para regular la oferta y venta de franquicias. Si su país tiene leyes y regulaciones, introducir el número de leyes.

Actualmente Colombia no cuenta con legislación específica en la materia. La franquicia continua siendo un contrato innominado, y para su regulación se acude a la autoregulación; los códigos éticos, las fuentes internacionales y/o legislación nacional sobre contratos nominados contenidos en nuestras normas (código civil y de comercio principalmente) y ley de competencia desleal (Ley 256 de 1996) entre otras, dentro de los cuales se adaptan figuras útiles para el propósito como contratos de licencia, suministro, etc, etc.

Asi mismo, nuestra Constitución Nacional promueve la actividad económica privada y la iniciativa privada, así como la propiedad privada, lo cual lleva a que en gran medida el contrato de franquicia se regule por la autonomía de la voluntad de las partes, pero concretamente para la compra y venta de franquicias no existen normas en Colombia.

1.2. Por favor, describa brevemente los requisitos pertinentes de estas leyes y reglamentos

N/A

2. ACTUALIZACIÓN O CAMBIO - LEY DE FRANQUICIA O REGLAMENTO UTILIZADO PARA LA FRANQUICIA

2.1. Por favor, indique si hay la propuesta ha sido discutida en su país para cambiar o actualizar la legislación de franquicias?

No actualmente.

2.1.1. Por favor, describa brevemente los requisitos pertinentes.

N/A



3. LEYES Y REGULACIONES DE FRANQUICIAS

3.1. Si su país no cuenta con una ley específica de franquicia, ¿qué tipo de ley está siendo utilizada para los casos relacionados con la franquicia?

En la confección de un contrato de franquicia, se requiere regular normalmente, licenciamientos de marca, licenciamientos de software, suministro, transferencia de conocimientos y tecnología (know how), comodato (manuales), etc. Estos contratos, en su mayoría, están regulados en nuestro Código civil y en nuestro Código de comercio y algunas normas complementarias como la Decisión 486 de 2000, Ley 23 de 1982, Decisión 351 de 1993, principalmente.

En cuanto al negocio de franquicias como tal; es decir, lo que tiene que ver con su compra, venta, obligaciones derivadas, vigencias, renovaciones, etc, no se cuenta con legislación específica. Para estos casos, se aplican igualmente las normas generales descritas, y las de competencia contenidas en la Ley 256 de 1996.

En ocasiones, se puede utilizar la costumbre, certificada en estos casos por las Cámaras de Comercio y las normas internacionales como las contenidas en Unidroit.

Colfranquicias, ha adoptado su propio “Código de ética para las franquicias en Colombia, el cual es de obligatorio cumplimiento para sus afiliados. Este código 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”. (Colfranquicias)

4. PLAN PARA INTRODUCIR LEYES DE FRANQUICIA - PARA PAÍSES QUE NO TIENEN LEYES O REGLAMENTO ESPECÍFICOS DE FRANQUICIAS USADOS PARA LA FRANQUICIA

4.1. ¿Hay algún plan para introducir leyes de franquicia en el futuro?

No actualmente, aunque se ha discutido a nivel gremial y académico, aun no hay consenso en la conveniencia de adoptar una regulación en este sentido.

4.1.1. Por favor, describa brevemente los requisitos pertinentes.

N/A



5. ÓRGANO REGULADOR

5.1. ¿Hay algún órgano regulador para la franquicia en su país? Por favor, proporcione detalles

No actualmente. Unicamente existen órganos de caracter privado como nuestra asociación Colfranquicias, en la cual se vela por la defensa y promoción de las franquicias.

6. TRABAJO CON LOS LEGISLADORES Y EL GOBIERNO

6.1. Por favor, indicar los puntos principales Que su Asociación ha trabajado con los legisladores y el Gobierno.

N/A

7. MONITOREO DE PROYECTOS DE LEY

7.1 ¿Tiene su Asociación un plan de trabajo estructurado para monitorear los proyectos de ley relacionados con el sistema de franquicias o que lo afectan directa o indirectamente en el congreso nacional?

Si.

7.1.2 Si existe tal plan de trabajo, es ejecutado directamente por su Asociación o existe una empresa subcontratada contratada para este fin.

Este es ejecutado de manera directa por la asociación, a través del comité legal, conformado por miembros de la asociación con conocimientos técnicos en la materia, y liderado por un miembro de la Junta Directiva.

7.2 ¿Qué temas están cubiertos en estos proyectos monitoreados?

Legislación de propiedad industrial

Legislación en materia de derechos de autor

Legislación en materia de competencia

Legislación en materia de consumidor

TLC'S que firme nuestro país



7.3 ¿Cuáles son los resultados de la intervención de su Asociación en el Congreso Nacional?

N/A

8 CASOS RELEVANTES

8.1. Indique si existen reciente landmark (interesante/notable) caso de leyes que involucra a la franquicia en su país y sírvanse proporcionar el breve resumen de estos casos relevantes (Sólo para el año 2014-2015-2016)

N/A

9 ESTADÍSTICA LEGAL

9.1. Indicación de las conclusiones estadísticas siguiendo por las siguientes áreas. Si usted no tiene la cifra oficial es posible dar una cifra estimada. Estas cifras son importantes para evaluar el escenario actual de franquicias en cada país.

Estos resultados estadísticos serán estrictamente confidenciales.

N/A



COLFRANQUICIAS: JUNTA DIRECTIVA

Renglón 1º: FRANCISCO PAILLIE ACEVEDO (RE/MAX)

Suplente: RODRIGO ARAUJO DOS SANTOS (ACIUM)

Renglón 2º: GERMAN RICARDO RAMIREZ PERALTA (BURGER KING, DOMINO'S, PF CHANGS)

Suplente: NICOLAS ROCHA (Depilarte)

Renglón 3º: ALBERTO RODRIGUEZ (Century 21)

Suplente: JUAN GABRIEL REMOLINA (Prontowash, Carlove)

Renglón 4º: ANDRÉS MARQUEZ ACOSTA (Consultora CONTEXTO LEGAL)

Suplente: LINDA GIOVANA MARTINEZ (Consultora)

Renglón 5º: LUIS FELIPE JARAMILLO LEMA (Multifranquiciado: Prontowash, RE/MAX, BODYBRITE)

Suplente: DIEGO PARRA (FINI)



COLFRANQUICIAS: CENTROS COMERCIALES

Datos y estadísticas de los centros comerciales en Colombia: [Ver informe](#)

COLFRANQUICIAS: EVENTOS APOYADOS

1. FANYF Feria Internacional de Negocios y Franquicias: 3 y 4 de julio de 2019 en CORFERIAS - BOGOTA - Edición XIII
2. Festival Internacional de Formación en Franquicias: 3 y 4 de julio de 2019 en CORFERIAS - BOGOTA. Edición V.

CÁMARA VENEZOLANA DE FRANQUICIAS (PROFRANQUICIAS)

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Luis Vicente García (Presidente) Alfonso Riera (Director Internacional)
DIRECCIÓN:	Av. Principal de Los Ruices, Edif. Oficentro, Piso 3, Ofic. P3-G., Los Ruices, Caracas Venezuela 1071
TEL./FAX:	Tel.: +58 212 239 81 98 Fax: +58 212 239 97 11
E-MAIL:	presidencia@profranquicias.com ariera@frontconsulting.com
WEB:	http://www.profranquicias.com





PROFRANQUICIAS: REPORTE LEGAL

PAÍS: Venezuela

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.

No es específica. Existen algunas directrices acerca del contrato de franquicia en la Legislación Antimonopolio. El Código Ético de nuestra propia asociación ha sido formalmente citado por nuestra Corte Suprema de Justicia en casos que involucran franquicias.

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

Además de proporcionar algunas definiciones básicas de conceptos relacionados con la franquicia (franquicia, franquiciador, franquiciado, etc.), esta Legislación Antimonopolio permite a los negocios franquiciados aplicar algunas políticas que de otra manera serían incompatibles con la Legislación Antimonopolio, como la de exclusividad geográfica o el uso exclusivo de productos aprobados por el franquiciador, entre otras. También establece limitaciones a las prácticas comerciales entre franquiciadores y franquiciados (como obligaciones en la compra de productos y la limitación de competencia al finalizar el contrato).

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

No actualmente.

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

-

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?

- I. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.
- II. Código de Comercio.
- III. Código Civil.



- IV. Ley de la Propiedad Industrial.
- V. Derecho Fiscal.
- VI. Derecho Laboral.
- VII. Directrices Antimonopolio.
- VIII. Ley de Comercio Justo.
- IX. Otros.

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 actualmente.

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.

En 2017 nuestra asociación trabajó y presentó formalmente en la Asamblea Nacional una propuesta para un Decreto para Emprendedores, pero hasta el momento no se ha discutido en la Asamblea.

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.

Hace unos años, hubo un caso en el que nuestra Corte Suprema de Justicia de la Nación dictó que no había obligación por parte del franquiciador sobre demandas laborales por parte de los empleados de los franquiciados. En esta sentencia, el Código Ético de nuestra asociación se citó en varias ocasiones, lo que hizo crear jurisprudencia y elevarlo como una fuente más dentro del Código de Comercio.

6. INQUIETUDES LEGALES

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

Hay varias inquietudes pero las principales serían las siguientes:

- 1. La política de cambio de divisas, que da al Gobierno control absoluto de la compra y venta de moneda extranjera. Desde hace algunos años la mayoría de las franquicias no están autorizadas por el Gobierno a comprar ni un dólar para pagar deuda extranjera, royalties ni ninguna otra cosa, por esta causa.
- 2. La Ley de Comercio Justo, que da al Gobierno la facultad exclusiva de supervisar y



aprobar (o no) los precios de cada producto y servicio legalmente ofrecidos en Venezuela.

3. El Código Laboral, que (sobre otras cosas) limita la capacidad de los negocios privados de contratar personal, lo cual además afecta a la competitividad.

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?

-

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

-

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

Hasta el momento, nula.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

	2014	2015	2016	2017
Número de casos de mediación cerrados antes del proceso judicial	0	0	0	0
Número de juicios relacionados directamente con la franquicia	0	0	0	0
Número de casos ganados por el franquiciador	0	0	0	0
Número de casos ganados por el franquiciado	0	0	0	0
Total	0	0	0	0



PROFRANQUICIAS: JUNTA DIRECTIVA

2017-2019

Presidente: Luis Vicente García (FocalPoint Coaching)

Primer Vicepresidente: Diego Benítez (Queremos Graduarnos)

Segundo Vicepresidente: Alejandro Vivas (Distorbera, La Tornillería)

Vicepresidente de Finanzas: Alejandro Reyes (Avis Rent a Car)

Directores Principales

Johanna Beraja (Global Care Group)

Carlos Durán (Decofruta)

Michele Giurdanella (Salvador Hairdressing)

Alfredo Hernández (YogenFrüz)

Andreina Lossada (Churromanía)

Juan Francisco Mejía (Soluciona Integral)

Simón Milá de la Roca (Bienplanchao)

Álvaro Peña (Only For Men)

Irana Pérez Cabrera (La Retoucherie de Manuela)

Rédigo Pernía (Emprendomás)

Guillermo Sanfuentes (COG Franquicias)

Lilver Tovar-Luna (Doctor Yaso)

Susana Waters (Susy's Cookies)

Consultor Jurídico: Ricardo Antequera

GRUPO NEXO FRANQUICIAS - CHILE

DATOS DE CONTACTO

NOMBRE:	Fernando López de Castilla Elías
DIRECCIÓN:	c/ Lizardo Alzamora 465 San Isidro Lima 27 Perú
TEL./FAX:	Tel.: (511) 422 0444
E-MAIL:	flopezdecastilla@gruponexofranquicia.com
WEB:	www.nexofranquicia.com





GRUPO NEXO FRANQUICIAS - REPORTE LEGAL

PAÍS: Chile

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.

No hay ley específica que regule la industria ni la relación entre franquiciados y franquiciantes.

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

No aplican, no está regulada la relación, los cobros, seguros o cualquier tipo de responsabilidad solidaria más allá de la indicada por la ley común.

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

No no existe una propuesta así.

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

No existe un organismo que regule.

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?

Los contratos se subordinan a las leyes de comercio vigentes.



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 hay planes para esto.

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.

Nosotros, como Grupo Nexo Franquicia en Chile, estamos asociados a AmCham y a la Cámara de Comercio de Chile, liderando esta actividad.

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.

Sí, el más reciente es el caso de la franquiciadora más grande de Chile, el grupo Gastronomía y Negocios, que fue demandada por sus franquiciados.

6. INQUIETUDES LEGALES

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

Todas las anteriores, responsabilidad solidaria de los franquiciadores

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 por ahora, 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?

Lo lleva a cabo la asociación con los legisladores según la comisión de la cámara que le corresponda ver el tema.

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

De consulta.

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

No se ha realizado una.

8. ESTADÍSTICAS LEGALES:

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

	2014	2015	2016	2017
Número de casos de mediación cerrados antes del proceso judicial	5	9	5	5
Número de juicios relacionados directamente con la franquicia	7	12	8	7
Número de casos ganados por el franquiciador				
Número de casos ganados por el franquiciado				
Total				

3. APARTADO ESPECIAL EN LA WEB DE AEF

ENLACE E INFORMACIÓN

Nueva sección en www.franquiciadores.com exclusiva para los acuerdos bilaterales:

<http://www.franquiciadores.com/convenios-bilaterales-paises-iberoamericanos/>




[LA AEF](#)
[COMITÉS](#)
[DÍA A DÍA](#)
[NOTICIAS](#)
[VÍDEOS](#)
[SOCIOS](#)
[ESTUDIOS](#)
[LEGISLACIÓN](#)
[ICEX](#)
[FERIAS](#)
[ASOCIACIONES](#)

[CONVENIOS](#)
[Contacto](#)

Inicio / CONVENIOS BILATERALES PAÍSES IBEROAMERICANOS

CONVENIOS BILATERALES PAÍSES IBEROAMERICANOS

CONVENIOS BILATERALES FIRMADOS ENTRE AEF Y ASOCIACIONES IBEROAMERICANAS

BANDERA	ASOCIACIÓN	REPRESENTANTE	E-MAIL / WEB	FECHA FIRMA
	CÁMARA VENEZOLANA DE FRANQUICIAS (PROFRANQUICIAS)	Alfonso Riera	ariera@frontconsulting.com profranquicias.com	2017
	ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS (AMF)	Jacobo Buzali María Sotelo	jacobo@franquiciasdemexico.org.mx maria@franquiciasdemexico.org.mx franquiciasdemexico.org.mx	02/03/2018
	ASOCIACIÓN PORTUGUESA DE FRANQUICIAS	Ricardo Sousa Cristina Matos	rsousa@c21iberia.com cmatos@apf.org.pt associacaofranchising.pt	11/05/2018
	ASOCIACIÓN GUATEMANTECA DE FRANQUICIAS	Fiorella Perini José Fernández	presidencia@guatefranquicias.org vicepresidencia@guatefranquicias.org guatefranquicias.org	31/05/2018
	CÁMARA COLOMBIANA DE FRANQUICIAS (COLFRANQUICIAS)	Francisco Paille Lizet Pachón Luis Felipe Jaramillo	presidencia@colfranquicias.com lfjaramillo@lfm.com.co colfranquicias.com	Previsto el 10/7/18
	ASOCIACIÓN PERUANA DE FRANQUICIAS	José Luis Zárate Luis Kiser	joseluis.zarate@zarate.edu.pe lkiser@frontconsulting.com.pe cpfranquicias.com	Previsto el 10/7/18
	ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARCAS Y FRANQUICIAS	Susana Perrota Lucas Secades	susana@fiskingles.com.ar lsecales@aamf.com.ar aamf.com.ar	En trámite
	CENTRO NACIONAL DE FRANQUICIAS DE COSTA RICA (CENAF)	Antonio Yglesias Karol Fallas	kfallas@camara-comercio.com franquiciascostarricenses.cr	En trámite
	CÁMARA URUGUAYA DE FRANQUICIAS (CAUFRAN)	Marcelo Burgos	marcelburgoslezama@gmail.com	En trámite

REDES SOCIALES








Interesantes entrevistas a personas del mundo de la franquicia




Salón Franquicias & Negocios
PAMPLONA 14 DE SEPTIEMBRE

FranquiShop



LIBRO AEF 2018

22 ediciones dan testimonio que esta publicación se ha convertido en un referente de calidad y de prestigio en el mundo de la franquicia española

DÍA A DÍA

[26 al 28/6/18] Reunión BFA-IFA-EFF Simposio/WFC
26 - junio - 28 - junio

[27 al 30/6/18] FERIA INTERNACIONAL ABF FRANCHISING EXPO
27 - junio - 30 - junio

[29/6/18 al 1/7/18] FRANCHISE BUSINESS FESTIVAL SOUTH AFRICA
29 - junio - 1 - julio

[29/6/18] Café de la AEF: mundoFranquia
29 - junio - 12:30 - 13:00

[6 al 8/7/18] IFBC Expo
6 - julio - 8 - julio

Ver Todo Eventos

4. ACUERDOS VIGENTES

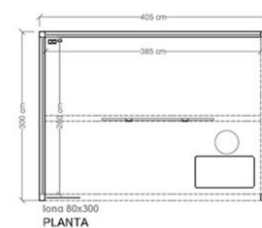
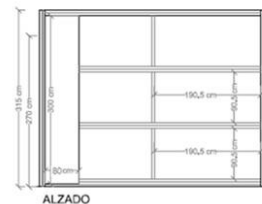
SIF VALENCIA



Oferta Comercial internacional SIF:

- Derechos de Inscripción
- Suelo + stand – 12m/2)
- Estructura de aluminio MC10 a 3,15 m. de altura, con melamina color blanca
- Tela blanca a techo en volumen de MC10
- 1 Logotipo firma expositora a pared de 100 cm de largo
- 1 Lona textil de 300X80 cm. con impresión digital a modo de bandolera en volumen MC10
- Iluminación interior compuesta por halogenuro metálico en carril a razón de 140 W. por cada 12 m2.
- 1 Enchufe de 500 W.
- 1 Mostrador de 100X100X50.
- 1 Taburete modelo Marte
- 3 Noches en Hotel de **** (AD)
- Wifi

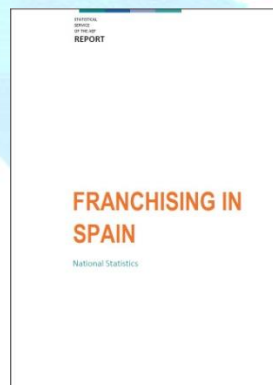
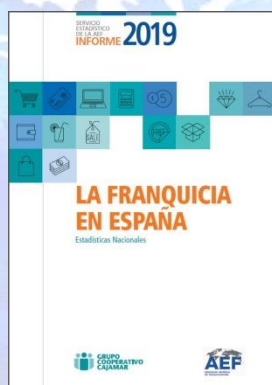
1.700 €



5. ESTUDIOS ESTADÍSTICOS DE AEF

ENLACES A LOS INFORMES

ESTUDIO NACIONAL 2019



ESTUDIO INTERNACIONAL 2018



ESTUDIO DE JURISPRUDENCIA 2012-2017



Encontrarás todos nuestros informes en castellano e inglés en:

<http://www.franquiciadores.com/estudios/>

6. GALERÍA DE FOTOS Y VÍDEOS

EVENTOS Y ENCUENTROS ENTRE LOS PAÍSES

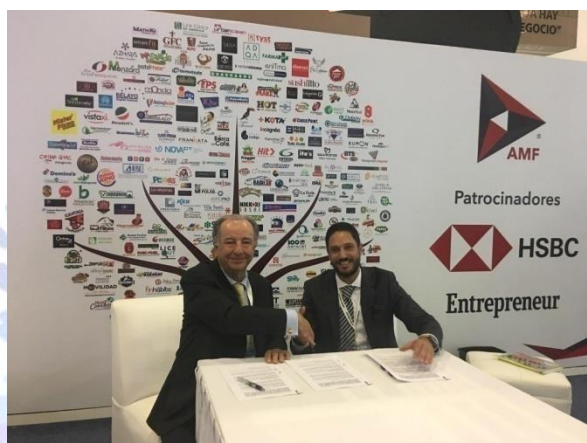
2018



FIRMA DEL CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE MARCAS Y FRANQUICIAS



FIRMA DEL CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE FRANQUICIAS



FIRMA DEL CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE FRANQUICIAS



FIRMA DEL CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN PERUANA DE FRANQUICIAS



FIRMA DEL CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN PORTUGUESA DE FRANQUICIAS



FIRMA DEL CONVENIO CON LA CÁMARA COLOMBIANA DE FRANQUICIAS

VÍDEOS

- Entrevista a Cristina Matos en la Feria de Portugal 2017:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1297605026974545/>
- Entrevista a Luis Felipe Jaramillo en el WFC Londres 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1238866172848431/>
- Entrevista a Cristina Matos en el WFC Londres 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1238854106182971/>
- Entrevista a Ricardo Gonzalez (AAMF) en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1231826670219048/>
- Entrevista a Julio César Loarca (AGF) en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1231816763553372/>
- Entrevista a Ramón A. Hernández (AGF) en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1231790706889311/>
- Entrevista a Luis Felipe Jaramillo en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1231773100224405/>
- Entrevista a Alfonso Riera en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1230826386985743/>
- Entrevista a Karol Fallas en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1230821713652877/>
- Entrevista a Oswaldo Mansilla (AGF) en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1230815693653479/>
- Entrevista a Luis Kiser en Guatemala 2016:
<https://www.facebook.com/franquiciadores/videos/1230809916987390/>



7. INFORMACIÓN OTROS CONTINENTES:

EUROPA

FRANCIA - Informe del país

CONTACT OF THE ASSOCIATION/ FEDERATION:

Name of the Association: **FRENCH FRANCHISE FEDERATION (FFF)**

Name of the Chair: **Michel BOUREL - franchisor (CAVAVIN)**

Name of the CEO: **Chantal ZIMMER**

Address: **29 boulevard de Courcelles, 75008 Paris, France**

Website: **www.franchise-fff.com**

E-mail: **info@franchise-fff.com**

Tel: **+ 33 (0) 1 53 75 22 25**

THE COUNTRY:

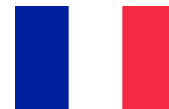
Population: **67 millions**

Latest available GDP PPP: **2488 billions \$USD (2017)**

GDP per capita (PPP): **38 575 \$USD / hab (2017)**

FRANCHISING IN YOUR COUNTRY:

- Year of the first franchise network in your country: **1929**
National or foreign one?: **home grown : Pigier - which still exists.**
- **Latest figures (2018): 2004 networks / Franchised outlets : 75 193 / Turnover: 62 billions euros**
- What are the 4-5 principle franchise sectors (number of franchisor)? **Personal goods (20%), Personal services (10%), Fast-food (8%), Food-retail, (8%)**
- Percentage of national brands versus foreign brands? **85% homegrown / 15% foreign**
- How many national brands operate abroad and where do they go (first 5 markets)? **359 networks export their concept and mainly in Europe and Middle East, North Africa**
- Upcoming branches in franchising in your country: **specialized fast-food, personal services**
- Past trends and future prospects for franchising in general in your country: **franchising has to face new ways of management of the network due to new marketing tools as internet sales, cross canal (internet and shops).**



FINANCING A FRANCHISE-SYSTEM IN YOUR COUNTRY

- Attitude of banks to franchising :
All French banks have created franchise departments dedicated to finance enterprises developing through franchise system.
- Other forms of financial support : investment funds
- Any relationships of your association with national banks or government :
if banks are financing without problem the franchise industry it's the result of a close relationship between the FFF and all the banks in order to educate them and to give them confidence in the system.

WHAT MAKES A FRANCHISE IN YOUR COUNTRY?

- Legal framework: Is there a specific franchise or master franchise related legislation in your country? Precontractual disclosure
- Is your legislation system obliged to conform to transnational legislation?

European competition law

- Is there a mandatory registration system for franchises? No
- Does your association have a Code of Ethics and/or a Standards-based accrediting system? Yes, since 1972, The European Code of Ethics
- Support programs for franchising or SME's: from government, from other agencies (national or international) : No
- Support, if any, from government funds to the association itself, or from other sources and for what : No
- Relationships with other franchise associations (bilateral, membership to other regional groups) : FFF is member of the European Franchise Federation
- Where does the association see itself in 2 years time? To continue its expansion

ADVERTISING AND SUPPORT:

- Cite your main franchise media (any form):

Business sector :

- ⇒ Franchise Magazine
- ⇒ L'Officiel de la franchise
- ⇒ www.observatoiredefranchise.fr

FFF :

- ⇒ rezo (the monthly magazine of the FFF)
- ⇒ www.franchise-fff.com
- ⇒ www.formation-franchise.com
- ⇒ www.blog-franchise-fff.com



- Cite your main franchise exhibitions (+ websites):
- Franchise Expo Paris (March 17-20th 2019) - www.franchiseparis.com
Entreprendre en franchise, Pourquoi pas vous ? (October 7-20th 2019) - www.entreprendre-franchise.com

STRUCTURE OF YOUR ASSOCIATION:

Cite the categories of membership, numbers, the structure of the board and the source of income.

- ⇒ 170 franchise networks
- ⇒ Entrance fees and annual fees : see website for further details
- ⇒ And 55 experts

Members: Number of member in total:

- full members: 170
- associated members:
- consultants/Lawyers: 55
- other members:
- franchisees as members

Board: consists of: The members are the networks including franchisors and franchisees (19 directors)

Does your Board of Directors include franchisee representatives? Yes (3 franchisees)

YOUR PUBLICATIONS AND RESOURCE CENTER:

- What does your association publish?
- ⇒ *rezo* (monthly magazine)
- ⇒ *Toute la franchise* (the FFF yearbook)
- ⇒ studies
- ⇒ surveys and scientific reports on franchising
- ⇒ books

- Do you have an established resource center open to students, potential franchisees or franchisors, public etc.?

Yes. The FFF is open to the public from 9:00 am to 6:00 pm (Monday to Friday). It is also a training center for prospective franchisees and franchisors, and network managers.

FRANCIA - Informe legal

1. FRANCHISE SPECIFIC LEGISLATION

1.1. Please, indicate if there are franchise law (franchise act) or regulations in your country that regulate the offer and, sale of franchises and the relationship between franchisor and franchisees. If yes, inform the number of this and insert the text below.

- ✓ Since 1989, we have an article (L. 330-3 Code du commerce) concerning the pre-contractual disclosure document which is not specific to the franchise system but applies to other marketing systems.
- ✓ Since August 2015, we also have articles L. 341-1 and following ones of the Commercial Code regarding in particular the conditions of validity of the non-compete clauses. These are the same conditions of validity that Community law¹:
 - the clause relates to goods or services which compete with the contract goods or services;
 - the clause is limited to the premises and land from which the buyer has operated during the contract period;
 - the clause is indispensable for the protection of the franchisor's know-how;
 - its duration does not exceed one year after the expiration or termination of the contracts referred to the article L. 341-1.

¹ In COMMISSION REGULATION (EU) No 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices.



These new article is enforceable since August, 2016.

These articles are not specific to the franchise system.

- ✓ A law had been adopted on July 21, 2016 on employment relations and was referred as the “El Khomri” law named after the previous Minister of Labor.

It required franchise systems exceeding 300 employees in France to create committees composed of delegates of the employees and franchisees and chaired by the franchisor.

- **This provision has been repealed by article 7 of “the Law of ratification of various orders strengthening of the social dialogue” of September 22, 2017.**

1.2. Please, describe briefly the relevant requirements of these laws and regulations.

Article L.330-3 Code of commerce:

“Any person who provides to another person a corporate name, trademark or trade name, by requiring there from an exclusivity or quasi-exclusivity undertaking in order to carry out their activity, shall be required, prior to the signature of any contract concluded in the common interest of both parties, to provide the other party with a document giving truthful information allowing the latter to commit to this contract with full knowledge of the facts.

This document, whose content shall be fixed by decree, shall specify in particular the age and experience of the undertaking, the state and prospects for development of the market concerned, the size of the network of operators, the term and conditions of renewal, cancellation and assignment of the contract and the scope of the exclusive rights.

When the payment of a sum is required prior to the signature of the contract indicated above, particularly to obtain the reservation of an area, the benefits provided in return for this sum shall be specified in writing together with the reciprocal obligations of the parties in the event of renunciation.



The document specified by the first paragraph and the draft contract shall be notified at least twenty days before the signature of the contract or, where applicable, before the payment of the sum indicated in the above paragraph”.

1.3. Please indicate if there are any proposal that has been discussed in your country to change or update the actual legislation or regulation.

Cf. point 1.1.

1.4. If there are regulatory body for franchising in your country, please provide details about it.

2. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE

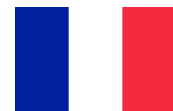
2.1. If your country doesn't have specific Franchise Law (Franchise Act) or regulations about franchise, what law or regulation is used during the proceeding? Inform the number of this and insert the text bellow.

It is the common law (and notably civil and commercial laws).

3. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE. PLANS TO INTRODUCE FRANCHISE LAW OR REGULATION

3.1. If there aren't franchise law (franchise act) or regulations in your country, are there any plans to introduce Franchise Laws in the future?

There are no plans to introduce Franchise Laws in France in the future.



4. LAWMAKERS AND GOVERNMENT RELATIONS

4.1. Please indicate the main points that your Association has been worked with the Lawmakers (House of Representatives or Senate) and the Government.

We have worked with our Parliament and Government concerning the Macron Law (Law for the growth, activity and equal economic chances – August 2015) and notably the articles L. 341-1 and following ones of the Commercial Code.

Besides, on June and July 2016, we did lobbying on “El Khomri” law (or Labour Law, see above for more information about it).

From September 2017 to February 2018, we did lobbying to repeal the social dialogue committees in franchise networks settled by the “El Khomri” Law.

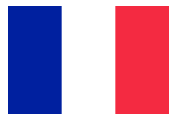
Currently, we are trying to avoid that the obligation of reclassification of employees affected by a redundancy that is initiated by a franchisee be extended to the franchise network.

5. CASE LAWS

5.1. Please indicate if there are recent landmark (interesting/notable) case laws involving franchising in your country and please provide a brief summary of these relevant cases.

- **Paris Court of Appeals, January 17th 2018, n°15/17647 – Breach of the duty of pre-contractual information and lack of consent.**

The Court of Appeals cancelled a contract of franchise for error on profitability. In this case, the judges held that multiple breaches of the franchisor’s legal duty of information, about the history of the network, the state of the local market and prospects for development, constituted fraud.



- **Supreme Court (Commercial Chamber), December 20th 2017, n°16-20.501 – Validity of the clause of exclusive supply in a franchise agreement.**

The Supreme Court validated the exclusive supply clause inserted in a contract of franchise on the grounds that it was required to have in the all network *"a consistency of quality and taste of products made according to specifications settled by the franchisor, thus constituting a decisive element for the image and the identity of the network"*.

- **Paris Court of Appeals, June 21st 2017, n°15/15949 - Validity of a post-contract non-competition clause.**

The clause of no competition should be limited in space and the judge cannot reduce it to make it valid.

The first judges, confirmed by the Court of Appeals, decided that the clause being applicable throughout the national territory, was not quite limited. The Court of Appeals refused to modify the clause by reducing its effects and declared it unenforceable to the respondents.

- **Supreme Court (Commercial Chamber), June 8th 2017, n°15-26755/15-27562 - Obligation for the franchisor to enforce the territorial exclusivity granted to the franchisee.**

In that case, the Supreme Court confirmed the position adopted by the Court of Appeals of Paris, which has condemned a licensor for failing its obligations for the protection of the tightness of its network.

In this case, a company Y had, under an exclusive concession contract granted by company X, an exclusive for the sale of motorcycles Kawasaki brand on a territory. However, it appeared that one third to the network marketed motorcycles under the Kawasaki brand in that same territory.

The Court of Appeals of Paris thus condemned the Licensor for the passivity he had demonstrated against the breach of the exclusivity of his dealer and the decision was confirmed by the Court of Cassation.



6. LEGAL CONCERNS

6.1 What are the main legal concerns regarding franchise operations (Regarding Tax, labor relations and others)? Please describe.

Labour Laws are the focus of our concerns. Indeed, one of the trends is to see certain rules of the Labour Code applied to relations of franchise.

We also pay attention to Tax Laws. The Government is working on revitalization of inner cities programs and we want to ensure that franchisees are not excluded from these favorable devices implemented.



ITALIA - Informe del país

CONTACT OF THE ASSOCIATION/ FEDERATION:

Name of the Association: **Assofranchising**

Name of the Chair: **Mr. Italo Bussoli**

Name of the CEO:

Address: **Via Melchiorre Gioia 70 – 20125 Milan - Italy**

Website: **www.assofranchising.it**

E-mail: **Assofranchising@assofranchising.it**

Tel: **+39 02 29003779**

THE COUNTRY:

Population: **60,756,000**

Latest available GDP PPP: **2,292.553 Billions Current International Dollar**

GDP per capita (PPP): **37,366.435 Units Current International Dollar**

Source: **<http://www.imf.org> - FORECAST**

FRANCHISING IN YOUR COUNTRY:

- Year of the first franchise network in your country: **1970**
- Was the first franchise national or foreign? **Home-grown**
- Latest figures (including year by year figures and sector breakdown):
What are the 4-5 principle franchise sectors?



INDICATORS	UNIT	2016	2017	DIFFERENCE 2016 vs 2017	
				NUMBER	% VARIATION
TURNOVER	BILLIONS €	23,930	24,545	+ 0.614	+ 2,6%
OPERATIVE BRANDS	NUMBER	950	929	- 21	- 2.2%
FRANCHISED UNITS	NUMBER	50.720	51.671	+ 951	+ 1.9%
ITALIAN FRANCHISORS ABROAD	NUMBER	169	179	+ 10	+ 5.9%
ITALIAN UNITS ABROAD	NUMBER	7,871	10,079	+ 2,208	+ 28.1%
PEOPLE EMPLOYED IN THE NETWORK (ITALY)	NUMBER	195,303	199,260	+ 3,957	+ 2.0%
SECTOR		TURNOVER (billion €)		% WEIGHT	
FOOD DISTRIBUTION		€ 7,897,254,000		32.2 %	
FAST FOOD – PIZZERIAS – COFFEE SHOPS		2,042,394,000 €		8.3 %	
CLOTHING for MEN & WOMEN		1,754,302,000 €		7.1 %	
UNDERWEAR		1,491,138,267 €		6.1 %	
NON FOOD DISTRIBUTION		1,413,774,000 €		5.8 %	

- How many national brands operate abroad and where do they go (first 5 markets)? **19% of 929 Franchisor, they operate principally on Spain, France, Russia, Germany, China**
- Upcoming branches in franchising in your country: **dental clinics, street food**
- Past trends and future prospects for franchising in general in your country: **The 2017 had a increase on some indicators. For 2018 the outlook is better**



FINANCING A FRANCHISE-SYSTEM IN YOUR COUNTRY

- Attitude of banks to franchising: **They are now approaching to franchising in a different way, by evaluating first the franchisor, and then only the potential franchisee**
- Other forms of financial support: **It exists a special governmental agency called Invitalia, with a specific financial support for the unemployed that want to become a franchisee.**
- Any relationships of your association with national banks or government? **We have relationships with the Minister for Economic Development**

WHAT MAKES A FRANCHISE IN YOUR COUNTRY?

- Legal framework: Is there specific franchise or master franchise related legislation in your country? **Yes, it is the national law 129/2004, specific for the franchising sector, integrated with the decree 204/2005**
- Is your legislative system obliged to conform to transnational legislation? **Yes**
- Is there a mandatory registration system for franchises? **No**
- Does your association have a Code of Ethics and/or a Standards-based accrediting system? **Yes, the EFF Code of Ethics and an internal code of ethics related to the franchising law.**
- Support programs for franchising or SME's: from government, from other agencies (national or international): **from the government there is Invitalia with a specific financial support for the unemployed that want to do franchising**
- Support, if any, from government funds to the association itself, or from other sources and for what: **no**
- Relationships with other franchise associations (bilateral, membership to other regional groups): **none**
- What is the association most in need of today? **Financial support by their members**
- Where does the association see itself in 2 years? **Promoting and offering practical services**



- Other elements of interest

ADVERTISING AND SUPPORT:

- Cite your main franchise media (any form):
- Cite your main franchise exhibitions (+ websites): **Salone Franchising Milano**
www.salonefranchisingmilano.it

STRUCTURE OF YOUR ASSOCIATION:

Cite the categories of membership, numbers, board structure and sources of income.

Members: Number of member in total: 140

- full members: 82
- associated members: **we identify them as potential members, they are 10**
- consultants/Lawyers: 42
- other members: **honorary members, 6**
- franchisees as members: **None, they statutory can't be members of the Association. We have only franchisor**

Board

Consists of: **President, and 18 members (they are all representatives of franchise-systems).**

Does your Board of Directors include franchisee representatives? **No, till this moment**

YOUR PUBLICATIONS AND RESOURCE CENTER:

- What does your association publish? **Annual Survey of Franchising in italian; The Franchising Journal**
- Do you have an established resource center open to students, potential franchisees or franchisors, public etc.? **no**



ITALIA - Informe legal

1. FRANCHISE SPECIFIC LEGISLATION

1.1. Please, indicate if there are franchise law (franchise act) or regulations in your country that regulate the offer and, sale of franchises and the relationship between franchisor and franchisees. if yes, inform the number of this and insert the text bellow.

In Italy the law on franchising of May 6, 2004, n. 129 did not undergo any amendment.

1.2. Please, describe briefly the relevant requirements of these laws and regulations.

The core of the statute is constituted by the precontractual disclosure obligations, which are cast upon the franchisor before executing a franchising contract: such bulk of information is briefly indicated in the law: the story and development of the franchisor, the trademarks and business signs, the characteristic elements of the formula, the list of franchisees, the numerical variation of them, court decisions or arbitral awards concerning the network. In this respect judges protect the prospective franchisee's claim to be fully and previously informed.

1.3. Please indicate if there are any proposal that has been discussed in your country to change or update the actual legislation or regulation.

None.

1.4. If there are regulatory body for franchising in your country, please provide details about it.

None.



2. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE

2.1. If your country doesn't have specific Franchise Law (Franchise Act) or regulations about franchise, what law or regulation is used during the proceeding? Inform the number of this and insert the text below.

3. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE. PLANS TO INTRODUCE FRANCHISE LAW OR REGULATION

3.1. If there aren't franchise law (franchise act) or regulations in your country, are there any plans to introduce Franchise Laws in the future?

4. LAWMAKERS AND GOVERNMENT RELATIONS

4.1. Please indicate the main points that your Association has been worked with the Lawmakers (House of Representatives or Senate) and the Government.

Definitions, form and content of the contract, obligations of the franchisor, obligations of the franchisee, pre-contractual behavior obligations



5. CASE LAWS

5.1. Please indicate if there are recent landmark (interesting/notable) case laws involving franchising in your country and please provide a brief summary of these relevant cases.

Worth to be mentioned are the court decisions requiring a true know-how (Trib. Torino October 12, 2007); a serious pre-contractual test of the formula (Trib. Venezia June 5, 2009).

Also the last decision from Corte di Cassazione about know-how (Cassazione civile, sez. III, ordinanza 10/05/2018 n° 11256)

Has been also definitively approved the law about the protection of confidential know-how and confidential business information (trade secrets) against the acquisition, use and unlawful disclosure. This measure extends the protection of the company's intangible assets.

6. LEGAL CONCERNS

6.1 What are the main legal concerns regarding franchise operations (Regarding Tax, labor relations and others)? Please describe.

No data.



8. INFORMACIÓN OTROS CONTINENTES:

OCEANÍA

AUSTRALIA - Informe del país

CONTACT OF THE ASSOCIATION/ FEDERATION:

Name of the Association: Franchise Council of Australia

Name of the CEO: Mary Aldred (Commenced 3 April 2018)

Address: Suite 5, Level 1 307-313 Wattletree Road, Malvern East VIC 3145

Website: www.franchise.org.au

E-mail: info@franchise.org.au

Tel: +61 3 9508 0888

Fax: +61 3 9508 0899

Name of the Chairman: Warren Ballantyne (Chairman)

Name of WFC Delegate: Jason Gehrke (Director, International)

THE COUNTRY:

Population: 25 Million

Latest available nominal GDP (and year): USD 1339.54 billion (2016)

Latest available GDP PPP (and year): USD \$43654.58 (2016)

FRANCHISING IN YOUR COUNTRY:

- **Year of the first franchise network in your country:** 1968 KFC
- **National or foreign one?:** Foreign
- **Latest figures (including year by year figures and sector breakdown:**

AUD\$146 billion in direct turnover in 2015/2016

(See <http://www.franchise.edu.au/home/research/franchise-australia> for past issues of Franchising Australia surveys from back to 1998).



- What are the 4-5 principle franchise sectors?

Retail food; Retail (other), Business services, household services

- How many national brands operate abroad and where do they go (first 5 markets)?

Approximately 300 Australian brands operate internationally (About 28% of all home-grown brands). Most go to New Zealand first, followed by England, Canada, United States, South Africa, Singapore.

- Upcoming branches in franchising in your country:

- Past trends and prospects for franchising in general in your country:

Despite a minor decline immediately following the GFC, the Australian franchising landscape has seen a consistent growth of both franchise brands and franchise outlets over the last 20 years.

In 2018 we have seen only modest growth which is aligned to the state of the economy in Australia over the past two years.

The franchising system can be best described as mature, with some consolidation occurring in the number of franchise systems, thereby reducing the overall number of franchise brands from 1160 to 1120.

There has been a reduction in the number of company units and a slight increase in business format franchises, which has maintained the number of franchise format businesses at 79,000.

FINANCING A FRANCHISE-SYSTEM IN YOUR COUNTRY

- Attitude of banks to franchising

Banks are very supportive of franchising. Australia's banking sector is concentrated around four major banks (ANZ, NAB, CBA, Westpac). Each of these banks has dedicated franchise lending specialists and will offer limited cashflow lending with reduced bricks-and-mortar security requirements franchisees of systems that pass their accreditation processes. Second-tier banks are also supportive, but have much smaller market-share in the sector.

- Other forms of financial support

There are no other forms of financial support specific to franchising. Any other financial support is available to small business in general.



- Any relationships of your association with national banks or government?
The FCA has been sponsored over the years by one or more of the four major banks listed above. The FCA's consultation is valued by the federal government when considering any legislative changes to the sector, and the organisation has a direct line to the responsible federal minister and senior government officials in this regard.

WHAT MAKES A FRANCHISE IN YOUR COUNTRY?

- Legal framework: Is there a specific franchise or master franchise related legislation in your country?
Yes, this is the Franchising Code of Conduct, which was first introduced on 1 July 1998, and most recently updated on 1 January 2015.
- Is your legislation system obliged to conform to transnational legislation?
No
- Is there a mandatory registration system for franchises?
No
- Does your association have a Code of Ethics and/or a Standards-based accrediting system?
Yes
- Support programs for franchising or SME's: from government, from other agencies (national or international)
There are currently no specific government assistance programs for franchising at state or federal level. While these have existed from time to time over the last 10-20 years, there is no consistent policy directive to ensure the longevity of such programs EXCEPT for the Office of the Franchise Mediation Advisor, which has provided mediators to resolve franchise disputes as a fundamental element of the Franchising Code of Conduct since 1998.
- Support, if any, from government funds to the association itself, or from other sources and for what
None
- Relationships with other franchise associations (bilateral, membership to other regional groups)
The Franchise Council of Australia is a member of the World Franchise Council (WFC) and the Asia-Pacific Franchise Confederation (APFC).
- What is the association most in need of today?
Positive media coverage after a long focus by the media of negative elements of franchising.



- Where does the association see itself in 2 years time?
Our focus is to build a stronger and engaged franchise community

Strategic Priorities

- Be the leading advocate for franchising
- Create a strong and responsive franchising community through valued networking opportunities
- Educate to create a dynamic and sustainable franchising system

Strategic Outcomes

- Informed policy making and regulation
- Engaged franchising community
- Continuous learning and professional development

- Other elements of interest

Government inquiry into the Franchising Code of Conduct

The Australian franchise sector is currently facing its fourth national franchise inquiry in 12 years with a current Joint Parliamentary inquiry under way, and due to report back to government by March 14 this year (This report will be handed-down by the April meeting in Madrid).

The new inquiry was prompted by ongoing media reports critical of the sector by constantly highlighting franchisees who had lost money or been unsuccessful in their franchises compared to the overwhelming majority of franchisees. In particular, the media coverage focused on one publicly-listed major multi-brand franchisor who had developed a reputation for putting the interests of its shareholders above those of their franchisees.

The new inquiry considers the following terms of reference in regards to the Franchising Code of Conduct:

- The operation and effectiveness of the Code with a focus on disclosure on likely financial performance, contractual rights, termination rights and geographic exclusivity, leasing arrangements and tenants' rights, and running costs and costs of goods to be acquired through prescribed suppliers;
- The effectiveness of dispute resolution procedures under the Code;
- The impact of unfair contract laws on franchise agreements;
- Whether the Oil Code (and other industry codes) contain advantages or disadvantages for franchises in comparison to the Franchising Code;
- Termination and restraint of trade provisions;
- The enforcement of both Codes, and any other related matter.



Submissions to the inquiry and public hearings have now closed. More than 216 submissions from a variety of stakeholders including lawyers, academics, aggrieved franchisees and franchisors have been posted to the inquiry's website. Most of these are from current or former aggrieved franchisees (out of an estimated 70,000 franchise units in Australia).

The Inquiry Committee is expected to release its final report on March 14, 2019, which might include recommendations for the government to further amend and possibly expand the scope of the Franchising Code of Conduct.

For more information, visit the inquiry website:

https://www.aph.gov.au/Parliamentary_Business/Committees/Joint/Corporations_and_Financial_Services/Franchising/

Joint Employer Liability

In September 2017, Australia became the first country in the world to legislate the existence of joint employer liability between franchisors and franchisees via amendments to its Fair Work Act.

The amendments were made via the [Protecting Vulnerable Workers Bill](#), which specifically holds franchisors financially liable for underpayments to workers by franchisees if the franchisor had knowledge of the practice, or should have reasonably known that workers in its network were being underpaid.

This legislation is in response to a wage fraud scandal in the 7-Eleven franchise network in Australia which to date has resulted in the Australian master franchisee voluntarily repaying more than \$150 million to nearly 3,000 workers who had been systemically underpaid by many of 7-Eleven's 600-plus franchisees. Media coverage of this widespread wage fraud was so significant over such an extended period of time that both major national political parties promised to introduce joint employer legislation as an election promise going into the 2016 federal election.

The new laws took effect from 27 October 2017, and apply to all franchisors in Australia, as well as certain other distribution businesses which may not otherwise currently identify themselves as franchises.

This is the most significant development in the Australian franchising landscape since the introduction of national franchise regulation via the Franchising Code of Conduct in 1998, and its full effects are still to be determined.



ADVERTISING AND SUPPORT:

- Cite your main franchise media (any form):
www.franchisebusiness.com.au (This is an online directory. The operator also publishes the FCA's endorsed Franchising Magazine, and now also makes the magazine content available online.)
- Cite your main franchise exhibitions (+ websites):
Franchise exhibitions are held as follows:
 - New South Wales (Sydney) 23-24 March 2019
 - Queensland (Brisbane) 1-2 June 2019
 - Victoria (Melbourne) 24-25 August 2019
 - FCA National Convention 20-22 Oct 2019 (The Star Hotel, Gold Coast)
 -All exhibitions with the exception of the NFC are organised by Specialised Events.
See website for details: www.franchisingexpo.com.au

STRUCTURE OF YOUR ASSOCIATION:

Cite the categories of membership, numbers, the structure of the board and the source of income.

Members:	Number of member in total:	455
	• full members:	334 franchisors (includes franchisors under Multi Brand membership)
	• associated members:	No matching category
	• Corporate/Supplier	103
	• other members:	5
	• franchisees as members:	13

Board: consists of:

5 directors elected by each of the 5 state committees

5 directors elected directly by the membership nationally

1 director appointed by the board.

Does your Board of Directors include franchisee representatives?

It has for a number of years included a franchisee representative, but not currently. One of the directors is also a director of a franchisee-owned franchisor. There is no requirement in the FCA constitution to have one a franchisee director on its board.



YOUR PUBLICATIONS AND RESOURCE CENTER:

- What does your association publish?
[Website](#), email alerts to members, and member journal [Franchise Review](#)
- Do you have an established resource centre open to students, potential franchisees or franchisors, public etc.?
The FCA website at www.franchise.org.au

AUSTRALIA - Informe legal

1. FRANCHISE SPECIFIC LEGISLATION

1.1. Please, indicate if there are franchise law (franchise act) or regulations in your country that regulate the offer and, sale of franchises and the relationship between franchisor and franchisees. if yes, inform the number of this and insert the text below.

Franchising Code of Conduct (Originally introduced 1 July 1998.

New version introduced 1 January 2015)

71 recommendations for change as at 14 March 2019, but no formal updates as yet.

1.2. Please, describe briefly the relevant requirements of these laws and regulations.

Mandatory disclosure

Conditions regarding the franchise agreement itself

Dispute resolution via mediation

Financial penalties for franchisors in breach of the Code

(Penalties also apply to franchisees in certain circumstances (eg. Failing to act in Good Faith, and failing to attend mediation)



1.3. Please indicate if there are any proposal that has been discussed in your country to change or update the actual legislation or regulation.

Government inquiry recommends major changes to the Franchising Code of Conduct

On 15 March 2019, the report of a Joint Parliamentary inquiry into franchising (the fourth inquiry into the sector in 12 years) handed-down its report, which included 71 recommendations for change to Australia's franchising laws, the Franchising Code of Conduct.

The Franchise Council of Australia (FCA) is broadly supportive of the changes, however notes that some opportunities for improvement have been overlooked, including a core FCA recommendation to make it compulsory for franchisees to obtain legal advice before signing a franchise agreement.

The FCA's public response to the report can be found online by [clicking here](#).

Franchise Inquiry report finds 71 recommendations for change

The long-awaited final report of the inquiry into the Australian franchise sector and the effectiveness of the Franchising Code of Conduct has made a total of 71 recommendations for outright changes to the Code, or other changes to conduct in franchise relationships.

The Parliamentary Joint Committee on Corporations and Financial Services report was finally released on March 14 after being delayed three times - the report was originally due on 30 September last year, before being extended to 6 December, then February 14.

The inquiry report titled [Fairness in Franchising](#) recommends sweeping changes to the Franchising Code of Conduct covering 20 broad topics, as well as increased powers for the Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) to investigate and prosecute breaches of the Code, including (among other things), banning non-compliant franchisors from granting new franchises.

- [Click here to download and read the report](#)
- [Click here to read the FCA's response to each of the 71 recommendations of the report](#)

New Franchising Taskforce to consider recommendations

A major recommendation of the Inquiry's [Fairness in Franchising](#) report is the establishment of a new Franchising Taskforce to oversee the feasibility and implementation of many of the inquiry's recommendations, and to link government agencies including the Department of Treasury, the Department of Jobs and Small Business, and the Australian Competition and Consumer Commission.

The Taskforce would be responsible for evaluating the detail required to enable many of the recommendations, and while the report includes suggestions as to its composition, it does not elaborate any Taskforce's, method of operation, or reporting requirements or deadlines, potentially creating future uncertainty around the implementation of significant recommendations.



Inquiry the most far-reaching yet

The final report of the current franchise Inquiry is the widest and most far-reaching of any franchise inquiry conducted to date, with the report itself running to 369 pages, containing 71 recommendations, and taking input from nine hearings and 409 submissions.

By contrast, the last Joint Committee inquiry into franchising, [*Opportunity not Opportunism*](#), conducted 10 years earlier in 2008, ran to 165 pages, contained 11 recommendations, and took input from four hearings and received 168 submissions.

Nearly a year passed between the release of the 2008 inquiry report, and then Federal Business Minister Craig Emerson's announcement that the government would accept eight of the 11 recommendations in part or in full, which were included as amendments to the Franchising Code that took effect from 1 July 2010.

What next following release of inquiry report?

The release of the franchise inquiry report on March 14 is unlikely to result in any immediate changes to the Franchising Code, based on the experience of the 2008 inquiry.

In 2008, the report's recommendations were first considered by the Federal Business Minister – a process at the time which took nearly 12 months – before deciding which recommendations to accept (and not all recommendations were accepted at the time).

In the current political climate with a federal election due in May, there is a very limited window of opportunity for the current Business Minister Michaelia Cash to assess the report before the election is called and the government goes into caretaker mode. If the Minister does not respond quickly, the report may be considered by the next Business Minister at some point after the election.

Either way, many of the report's recommendations require consideration by a Franchising Taskforce, which is yet to be assembled, and for which no reporting timeframe has been established. Even if the Taskforce is convened prior to the election, it will likely take some time to assess the large number of recommendations the inquiry report has referred to it.

In the meantime, franchisors should assess the likely impact of the recommendations on their businesses, and what changes they may need to implement to accommodate the inquiry's recommendations.

Joint Employer Liability

In September 2017, Australia became the first country in the world to legislate the existence of joint employer liability between franchisors and franchisees via amendments to its Fair Work Act.

The amendments were made via the [*Protecting Vulnerable Workers Bill*](#), which specifically holds franchisors financially liable for underpayments to workers by franchisees if the franchisor had knowledge of the practice, or should have reasonably known that workers in its network were being underpaid.



This legislation is in response to a wage fraud scandal in the 7-Eleven franchise network in Australia which to date has resulted in the Australian master franchisee voluntarily repaying more than \$150 million to nearly 3,000 workers who had been systemically underpaid by many of 7-Eleven's 600-plus franchisees. Media coverage of this widespread wage fraud was so significant over such an extended period of time that both major national political parties promised to introduce joint employer legislation as an election promise going into the 2016 federal election.

The new laws took effect from 27 October 2017, and apply to all franchisors in Australia, as well as certain other distribution businesses which may not otherwise currently identify themselves as franchises.

This is the most significant development in the Australian franchising landscape since the introduction of national franchise regulation via the Franchising Code of Conduct in 1998, and its full effects are still to be determined.

1.4. If there are regulatory body for franchising in your country, please provide details about it.

For the Franchising Code of Conduct:

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)

www.accc.gov.au

For the Protecting Vulnerable Workers Bill (Fair Work Act):

Fair Work Ombudsman (FWO)

www.fwo.gov.au

2. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE

2.1. If your country doesn't have specific Franchise Law (Franchise Act) or regulations about franchise, what law or regulation is used during the proceeding? Inform the number of this and insert the text below.

Not applicable



3. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE. PLANS TO INTRODUCE FRANCHISE LAW OR REGULATION

3.1. If there aren't franchise law (franchise act) or regulations in your country, are there any plans to introduce Franchise Laws in the future?

Not applicable

4. LAWMAKERS AND GOVERNMENT RELATIONS

4.1. Please indicate the main points that your Association has been worked with the Lawmakers (House of Representatives or Senate) and the Government.

The Franchise Council of Australia has engaged with federal parliamentarians and the federal government to ahead of the announcement of the current national franchising inquiry to address the government's concerns about the sector, however the government still decided to proceed with an inquiry.

The FCA has also worked closely with the Fair Work Ombudsman's office to ensure that the impact of the Protecting Vulnerable Workers Bill which creates a joint employer liability between franchisors and franchisees' workers are sensible and sustainable.

To date, no franchisor has been prosecuted under the new Joint Employer laws.

5. CASE LAWS

5.1. Please indicate if there are recent landmark (interesting/notable) case laws involving franchising in your country and please provide a brief summary of these relevant cases.

Not applicable

6. LEGAL CONCERNS

6.1 What are the main legal concerns regarding franchise operations (Regarding Tax, labor relations and others)? Please describe.

Franchise Inquiry - The 71 recommendations have wide-ranging implications;

Exploitation of workers and franchisees - See above.



9. INFORMACIÓN OTROS CONTINENTES: ASIA

COREA - Informe del país

CONTACT OF THE ASSOCIATION/ FEDERATION:

Name of the Association: KFA(Korea Franchise Association)

Name of the Chair: Mr. Park Ki Young

Name of the CEO:

Address: KFA, 2F Wolheon Bldg. 248, Seocho-daero, Seocho-gu, Seoul, Republic of Korea 06647

Website: <http://www.ikfa.or.kr>

E-mail: master@ikfa.or.kr, kjb@ikfa.or.kr

Tel: +82-2 3471-8135~8

THE COUNTRY:

Population: 51,826,059 ('2018)

Latest available GDP PPP: USD 2,029 billion ('2017, CIA)

GDP per capita (PPP): \$39,400('2017, CIA)

FRANCHISING IN YOUR COUNTRY:

- Year of the first franchise network in your country: 1977
- Was the first franchise national or foreign? National
- Latest figures (including year by year figures and sector breakdown):
What are the 4-5 principle franchise sectors?
 - Convenience Store, Korean Food, Coffee & Dessert, Education, Beauty & Health



<Numbers by Sectors>

	Sector	2014	2015	2016	2017	2018
Franchisors	F&B	2,521(72.4%)	2,865(73.3%)	3,219(75.4%)	3,457(74.6%)	3,617(74.1%)
	Service	648(18.6%)	691(17.7%)	769(18.0%)	884(19.1%)	964(19.7%)
	Wholesale & retail	313(9.0%)	354(9.0%)	280(6.6%)	290(6.3%)	301(6.2%)
	Total	3,482(100%)	3,910(100%)	4,268(100%)	4,631(100%)	4,882(100%)
Brands	F&B	3,142(73.3%)	3,587(74.0%)	4,017(76.2%)	4,341(75.6%)	4,567(75.5%)
	Service	793(18.5%)	862(17.8%)	944(17.9%)	1,076(18.7%)	1,158(19.1%)
	Wholesale & retail	353(8.2%)	395(8.2%)	312(5.9%)	324(5.6%)	327(5.4%)
	Total	4,288(100%)	4,844(100%)	5,273(100%)	5,741(100%)	6,052(100%)
Franchisees	F&B	88,953(45.8%)	99,544(47.8%)	106,890(48.8%)	112,719(48.8%)	117,702(48.1%)
	Service	61,374(31.6%)	62,134(29.9%)	67,200(30.7%)	68,762(29.8%)	71,230(29.3%)
	Wholesale & retail	43,872(22.6%)	46,426(22.3%)	44,907(20.5%)	49,474(21.4%)	55,022(22.6%)
	Total	194,199(100%)	208,104(100%)	218,997(100%)	230,955(100%)	243,454(100%)
Direct Stores	F&B	4,432(34.4%)	5,131(33.2%)	5,506(32.7%)	6,061(35.4%)	6,000(34.7%)
	Service	2,534(19.7%)	3,194(26.0%)	4,181(24.8%)	3,209(18.7%)	3,154(18.2%)
	Wholesale & retail	5,903(45.9%)	7,134(20.8%)	7,167(42.5%)	7,865(45.9%)	8,161(47.1%)
	Total	12,869(100%)	15,459(100%)	16,854(100%)	17,135(100%)	17,315(100%)

* Source: Fair Trade Commission (Based on registered Franchise Disclosure Documents)

- How many national brands operate abroad and where do they go (first 5 markets)? About 325 brands abroad. China, USA, Vietnam, Philippines, Indonesia
- Upcoming branches in franchising in your country: Unknown
- Past trends and future prospects for franchising in general in your country:
 - Rapid increase of minimum wages in Korea, automatic (manless) franchise models grow up year by year. For example, in 2019 the 45th IFS Franchise Seoul(3.7-9) the rate of manless brand like study cafe, coin laundry, convenience



store, karaoke room increased again. AI robot for serving the food was very popular. Moreover, due to IT technology's development, VR entertainment industry is increasing too.

FINANCING A FRANCHISE-SYSTEM IN YOUR COUNTRY

- Attitude of banks to franchising : Very positive
- Other forms of financial support :
 - The government has funded programs (Ministry of SMEs and Startups, Ministry of Trade, Investment, Ministry of Employment and Labor and local government)
- Any relationships of your association with national banks or government?
 - We have close relationship with government (Ministry of Trade, Investment and Energy, Ministry of SMEs and Startups, Fair Trade Commission, etc.) for education, promotion in franchise industry, legislation.

WHAT MAKES A FRANCHISE IN YOUR COUNTRY?

- Legal framework: Is there specific franchise or master franchise related legislation in your country?
 - #15610, Fair Franchise Transaction Act
 - #13836, Franchise Business Promotion Act
 - #15014, Monopoly Regulation and Fair Trade Act
- Is your legislative system obliged to conform to transnational legislation? Yes
- Is there a mandatory registration system for franchises?
 - Yes (Franchise Disclosure Documents)
- Does your association have a Code of Ethics and/or a Standards-based accrediting system? Yes



- Support programs for franchising or SME's: from government, from other agencies (national or international)

MINISTRY OF SMES AND STARTUPS(MSS)

MSS supports Korean franchisors that are small and medium sized, mainly startups in order to strengthen their competitiveness and business management including financing and market development.

MINISTRY OF EMPLOYMENT AND LABOR(MOEL)

All the education programs for employees supported by the Korean government agencies were transferred to MOEL(Ministry of Employment and Labor), so KFA also provides education programs related to business expansion overseas and strengthen job ability with the government funds from MOEL.

KOTRA(Korea Trade-Investment Promotion Agency)

Kotra supports the franchisors to expand their business to overseas by exhibition, trade meeting and so on

- Support, if any, from government funds to the association itself, or from other sources and for what
 - We received funds for educational programs from the Ministry of Employment and Labor and for '2018 Korea Sale Festa'(national fair) from the Ministry of Trade, Investment and Energy last year. And we are supporting the franchisors' participation in the global franchise shows with MSS this year.
- Relationships with other franchise associations (bilateral, membership to other regional groups)
 - We are the member of WFC & APFC. Only two.
- What is the association most in need of today?
 - More information on WFC member on country's economy, tax & franchise law and regulation, customs clearance on sauce, etc.



- Where does the association see itself in 2 years?
 - The more franchisors will be expanded to international by KFA's support. KFA just reorganized Global Committee to vitalize the exchange of information between overseas associations.
- Other elements of interest

ADVERTISING AND SUPPORT:

- Cite your main franchise media (any form): Franchise World (Monthly magazine)
- Cite your main franchise exhibitions (+ websites):

IFS Franchise Seoul Exhibition (<http://www.franchiseseoul.co.kr/>)

IFS Franchise Busan Exhibition (<http://www.franchisebusan.co.kr/>)

STRUCTURE OF YOUR ASSOCIATION:

Cite the categories of membership, numbers, board structure and sources of income.

Members: Number of member in total: 1,050

- full members: 530
- associated members: 81
- consultants/Lawyers: 35
- other members: 404
- franchisees as members: None

Board

Consists of: a chairman, Honorary chairmen, 1st vice-chairmen, executive vice-chairman, vice-chairmen & board members

Does your Board of Directors include franchisee representatives? No.

YOUR PUBLICATIONS AND RESOURCE CENTER:

- What does your association publish?
Franchise World (Monthly magazine), Guide to Int'l Expansion(9 Countries), etc.
- Do you have an established resource center open to students, potential franchisees or franchisors, public etc.?
We have an education center and has cooperated with a couple of universities.

COREA - Informe legal

1. FRANCHISE SPECIFIC LEGISLATION

1.1. Please, indicate if there are franchise law (franchise act) or regulations in your country that regulate the offer and, sale of franchises and the relationship between franchisor and franchisees. if yes, inform the number of this and insert the text bellow.

Yes, we have two systems of franchise law – one is for promotion(Franchise Business Promotion Act) and the other is for regulation(Fair Transactions in Franchise Business Act)

1.2. Please, describe briefly the relevant requirements of these laws and regulations.

The regulation law(Fair Transactions in Franchise Business Act) requires franchise businessmen to register the FDD(Franchise Disclosure Documents). This FDD contains various information i.e. how many stores opened and closed, how much money did the stores earn (average) every year, how many legal conflict has happened, what items the franchisees have to buy from the franchisor, and the rate of royalty fee, etc. Except this registration obligation, there's no other restriction for a businessman to start a new franchise business. Absolutely, the new beginner of the franchising business has to register the FDD, however he does not have to provide the information about how much money, how many stores, etc. He just has to fill the information out he can provide.

1.3. Please indicate if there are any proposal that has been discussed in your country to change or update the actual legislation or regulation.

Yes, we have discussed a kind of entrance barrier for a new franchising business. A new bill has been introduced by a senator, and this requires a new franchisor must have some experience of running his own business before beginning a franchise business. To put this concretely, the beginner of franchising business has to have more than one year of experience running his own two stores of the new franchise brands. Actually, this kind of barrier can be found easily around the world, i.e. in China. This bill does not limit the regional experience, so some experience abroad can be accepted as the experience required.

Additionally, we are discussing the legislation of delivery mobile application. Korea food delivery market has been in a situation of just 3 apps' oligopoly recently. As the result, their fees from franchisees are very rapidly increasing year by year. And they invade franchisor's business field like a payment system, subsidiary materials without any regulation. So, we are asking the government and the National Assembly to make a law for fair trade and mutual growth in the country and the government has announced the plan to propose the relevant regulations' amendment.

1.4. If there are regulatory body for franchising in your country, please provide details about it.

In Korea, we have 'Fair Trade Commission' a government organization that regulate business practices. Franchise business regulation is one of their regulatory missions and the law 'Fair Transactions in Franchise Business Act' is under the jurisdiction of them. This means they have many other business areas to regulate. Yet, it is definite that the franchise business area is one of their main concerns.

2. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE

2.1. If your country doesn't have specific Franchise Law (Franchise Act) or regulations about franchise, what law or regulation is used during the proceeding? Inform the number of this and insert the text bellow.

3. NO LAW OR REGULATION USED FOR FRANCHISE. PLANS TO INTRODUCE FRANCHISE LAW OR REGULATION

3.1. If there aren't franchise law (franchise act) or regulations in your country, are there any plans to introduce Franchise Laws in the future?



4. LAWMAKERS AND GOVERNMENT RELATIONS

4.1. Please indicate the main points that your Association has been worked with the Lawmakers (House of Representatives or Senate) and the Government.

We have two points to work on. One is to keep the regulatory system as it is now. We have too many regulations that constraint franchise business area, and still there have arisen other stronger regulations constantly.

In the last 2 or 3 years, about 40 amendment of the regulation law 'Fair Transactions in Franchise Business Act' were proposed in the National Assembly and about 10 were passed in just 2 years like 'owner-risk hedging', 'report reward system', 'punitive damage in some circumstances'. We oppose the extreme amendment and persuade the government to weaken the regulation.

The other is to strengthen KFA's role in our country for promoting franchise industry. The franchise industry field in Korea belongs to many government department field by field without the official franchise department. For example, promotion and going abroad is under the jurisdiction of Ministry of Trade, Industry and Energy. Small and medium-sized businesses are under the jurisdiction of Ministry of SMEs and Startups. Business regulation and punishment(FTC), food service regulation and education (Ministry of Food and Drug Safety), job and labor education(Ministry of Employment and Labor) and so on.

As a result, the franchise policy of the government is not consistant and unified because of the absence of expertise about the franchise's specificities. So, we make an effort to register KFA in in the laws like 'Franchise Business Promotion Act' as the exclusive organization. KFA already represents the voices of franchisors and franchisees , yet we are not the exclusive one that can handle concerned promotional business in Korea.

5. CASE LAWS

5.1. Please indicate if there are recent landmark (interesting/notable) case laws involving franchising in your country and please provide a brief summary of these relevant cases.

The court ruled that brand trademark's right belong to the company, not the person(ex. founder or owner, CEO) in October and November 2018.

In Korea, most franchise company started from a small restaurant that was founded by one or two person, not the group or company. So in the most companies, the owner or the founder and CEO are same and have the rights of the brand trademark.



But the government announced that if the brand were made after the company had been established, the rights belong to the corporate body not the person. As a result, 4 of very popular brands' owners were accused in May 2018 and the court held the accused men some guilty for breach of trust, commercial law.

This case means all the owners or founders of the brands should transfer the rights to the companies if brands were made after company establishment because the company's resources are sure to be used in the process of launching the brands.

6. LEGAL CONCERNS

6.1 What are the main legal concerns regarding franchise operations (Regarding Tax, labor relations and others)? Please describe.

Last year, FTC has passed the regulation that all the franchisors should announce supply prices of the product to franchisees on FDD and this has been enforced from 1st January 2019.

This means that the secrets of legal margins and know-hows for cost reduction of the franchisors are revealed. In any other industries and countries, release of the original unit cost is not enforced as we know.

FTC explains that this will balance the power between the franchisors and the franchisees by the people. But many companies are worrying about this regulations and weakness of business will for new profit creation is expected.

As the concerns of many franchisors regarding KFA members increase, KFA decided to file the petition with Constitutional Court against FTC January 2019 and did it March 2019. The reason that we suggest is that the regulation offends the principle of statutory reservation(the regulations are not written in the ACT but in the enforcement ordinance without legal reservation), the proportion and freedom of occupation in The Constitution. We are waiting for the judgment but It looks as if it won't end soon.