



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

**“ASPECTOS PROBLEMÁTICOS EN LOS CONTRATOS
DE FRANQUICIA GENERAN INSEGURIDAD JURÍDICA
AREQUIPA - 2021”**

PRESENTADO POR

BACH. MARIO CAMILO PICKMAN LEON
BACH. ROBERT WALTHER RIVERA CHÁVEZ

ASESOR

MGR. JORGE ERIK BUSTINZA ORIHUELA

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

MOQUEGUA – PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

PÁGINA DE JURADO	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO	I
RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
INTRODUCCIÓN	VII
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.	1
1.2. Definición del problema.	2
1.3. Objetivos de la Investigación.	3
1.4. Justificación e importancia de la investigación.	3
1.5. Variables.	4
1.5.1. Variable independiente.	4
1.5.2. Variable dependiente.	4
1.6. Hipótesis de la Investigación.	4
MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes de la investigación.	5
2.2. Bases teóricas.	7
2.2.1. Concepto de seguridad jurídica.	7
2.2.2. El Contrato de franquicia o franchising	8
2.2.3. Tipos de Franquicias.	10
2.2.4. Naturaleza Jurídica de una Franquicia.	11
2.2.5. Características primordiales de la franquicia.	12
2.2.6. Características de una buena franquicia.	13
2.2.7. Beneficios del contrato de franquicia	14
2.2.8. Ventajas.	15
2.2.9. Aspectos negativos de las franquicias.	19

2.3. Marco conceptual.....	21
CAPÍTULO III.....	23
MÉTODO	23
3.1 Tipo de investigación.	23
3.2. Diseño de investigación.....	23
3.3. Población y muestra.....	23
3.3.1. Población.....	23
3.3.2. Muestra.	24
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	24
3.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	24
3.4.1.1. Observación documental.	24
3.4.1.2. Encuesta.	25
3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.....	25
3.4.2.2. Cuestionario de preguntas.....	26
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	26
CAPÍTULO IV	27
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	27
4.1. Presentación de resultados por variables.....	27
5.1. Conclusiones	51
5.2. Recomendaciones	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
ANEXO	56
Matriz de consistencia	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Dossiers y el contrato de franquicia.....	28
Tabla 2	Cláusulas abusivas	29
Tabla 3	Excesos o abusos del franquiciador	31
Tabla 4	Saltar normas establecidas	32
Tabla 5	Uso inmediato de la marca.....	34
Tabla 6	Transferencia de conocimientos.....	35
Tabla 7	Estrategias y ordenamientos.....	37
Tabla 8	Disposición de materiales	39
Tabla 9	Financiamiento.....	40
Tabla 10	Legislación dispersa de la franquicia.....	42
Tabla 11	Certeza jurídica	43
Tabla 12	Contrato atípico.....	45
Tabla 13	Derechos y pagos excesivos.....	46
Tabla 14	Carencia de independencia del franquiciado	48
Tabla 15	Control de franquiciador	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dossiers y el contrato de franquicia.....	29
Figura 2 Cláusulas abusivas	30
Figura 3 Excesos o abusos del franquiciador.....	32
Figura 4 Saltar normas establecidas	33
Figura 5 Uso inmediato de la marca	35
Figura 6 Transferencia de conocimientos	37
Figura 7 Estrategias y ordenamientos	38
Figura 8 Disposición de materiales	40
Figura 9 Financiamiento	41
Figura 10 Legislación dispersa de la franquicia.....	43
Figura 11 Contrato atípico	46
Figura 12 Derechos y pagos excesivos	47
Figura 13 Carencia de independencia del franquiciado	49
Figura 14 Control de franquiciador.....	50

RESUMEN

El trabajo investigativo que presentamos trata sobre los contratos atípicos denominados franquicia, por su naturaleza son contratos no regulados en el Código Civil, pero si están normatizados en diversas normas jurídicas dispersas, que le dan vigor legal.

La actual efervescencia empresarial, financiera, bursátil, y bancaria hacen que estos contratos sean más usados por diversas empresas, pero al tiempo tenemos, que los contratos adolecen de múltiples problemas en su conformación, que influyen adversamente en los sujetos que celebran esta forma de contratación.

La franquicia es un contrato por el cual la empresa matriz vende su marca a fin que el franquiciado se beneficie de su prestigio y su posición mercantil y empresarial ya ganada a través de los años, el franquiciado inicia sus operaciones con la marca de la otra empresa matriz, y ya genera riqueza en forma inmediata.

Por un lado describimos la problemática que surge en el contrato de franquicia, por ello analizaremos las desventajas más saltantes, asimismo veremos las ventajas que trae esta forma de contrato.

Así también veremos los efectos que provoca estos contratos cuando son evidentemente abusivos, generando inseguridad jurídica en las partes celebrantes del contrato.

Palabras Clave: Franquicia, contrato; inseguridad jurídica.

ABSTRACT

The investigative work that we present deals with atypical contracts called franchises, by their nature they are contracts not regulated in the Civil Code, but they are regulated in various dispersed legal regulations, which give them legal force.

The current business, financial, stock market, and banking effervescence make these contracts more used by various companies, but at the same time we have, that the contracts suffer from multiple problems in their conformation, which adversely influence the subjects that celebrate this form of contracting. .

The franchise is a contract by which the parent company sells its brand so that the franchisee benefits from its prestige and its commercial and business position already gained over the years, the franchisee begins its operations with the brand of the other company. matrix, and already generates wealth immediately.

On the one hand we describe the problems that arise in the franchise contract, for this reason we will analyze the most outstanding disadvantages, we will also see the advantages that this form of contract brings.

So we will also see the effects caused by these contracts when they are obviously abusive, generating legal uncertainty in the parties to the contract.

Keywords: Franchise, contract; legal uncertainty.

INTRODUCCIÓN

La tesis que trabajamos tiene por título: “Aspectos problemáticos en los contratos de franquicia generan inseguridad jurídica Arequipa - 2021”, donde tratamos la naturaleza jurídica de la franquicia, como contrato atípico, no regulado en el Código Civil, si no se encuentra regulado en forma dispersa en diferentes textos normativos.

Su uso se ha incrementado a través del tiempo, pues, es una forma muy conveniente para que empresas menores puedan colocar sus productos en forma más exitosa en el mercado, debido a que compran la marca de una empresa matriz, con años de prestigio en el rubro, y no tienen que iniciar operaciones en una reciente empresa, sino lo hacen en forma inmediata amparada en la marca de la empresa matriz.

Pero, el tema es que estos contratos presentan múltiples problemas en su conformación en perjuicio de las partes que celebran el compromiso.

Se ha formulado una interrogante general: ¿Cuáles son los aspectos problemáticos en los contratos de franquicia que pueden estar generando inseguridad jurídica Arequipa – 2021?; asimismo se han derivado las siguientes interrogantes específicas: a. ¿Cuáles son los antecedentes jurídicos y doctrinarios de la franquicia?; b. ¿En qué consisten las ventajas y desventajas de los contratos de franquicia?; c. ¿Cuáles son las bases jurídicas para normar el contrato de franquicia en la legislación nacional?

Se ha presentado como objetivo general: Determinar los aspectos problemáticos en los contratos de franquicia que pueden estar generando inseguridad jurídica Arequipa – 2021; siendo los objetivos específicos los siguientes: 1. Precisar los antecedentes jurídicos y doctrinarios de la franquicia; 2. Determinar las ventajas y desventajas de los contratos de franquicia; 3. Establecer las bases jurídicas para normar el contrato de franquicia en la legislación nacional.

Se ha presentado como hipótesis tentativa Los contratos de franquicia son contratos atípicos no regulados en el Código Civil, por tanto, se encuentra regulados en forma dispersa en diversas normas de nuestro ordenamiento jurídico es por ello que se puedan estar presentado aspectos problemáticos en estos contratos de franquicia los que pueden estar generando inseguridad jurídica Arequipa – 2021; donde encontramos como variable independiente “Problema en contratos de franquicia” y como variable dependiente “Inseguridad jurídica”.

Las variables se han medido conforme a los indicadores, los cuales se han derivado en interrogantes en el Cuestionario de preguntas a los médicos y abogados.

Nuestra investigación está fraccionada en cuatro capítulos El primer capítulo titulado “El problema de investigación”, donde describimos el problema donde va a recaer la investigación, las preguntas antes detalladas, se presentan los objetivos de la investigación, asimismo, la justificación de la investigación, igualmente se ha declarado las variables, independiente y dependiente; y consecutivamente se ha presentado una hipótesis la que es materia de comprobación.

El capítulo II titulado “Marco teórico” se ha precisado los antecedentes, en relación a internacionales, nacionales y locales sobre la investigación. A la par, se ha sostenido teóricamente y se ha dado respuesta a las preguntas que se ha puesto en los diferentes subtítulos.

Además, se ha dado sustentado teóricamente en el marco conceptual de todos los conceptos relacionados a la investigación.

El capítulo III titulado “Método”, en el cual se ha sustentado la metodología de investigación que se ha utilizado en la investigación.

El capítulo IV se presenta el trabajo de campo donde se ofrece los resultados tabulados originados por el cuestionario practicado a la muestra que se ha escogido, haciendo presente que las preguntas tienen línea directa a los indicadores y estos a las variables, expresados en las tablas y figuras.

El capítulo V se expone las conclusiones, que son cuatro, las que se sustentan en cada objetivo formulado; asimismo, ofrecemos las recomendaciones, las que tienen relación directa a sus conclusiones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática.

Desde un aspecto internacional tenemos que la pandemia por Covid – 19 ha producido una enorme afectación de la vida social, familiar, como también en el aspecto económico, financiero, donde las múltiples empresas han llegado al extremo de declararse en quiebra, así como también al despido de sus trabajadores, debido a que toda actividad se ha paralizado.

Hoy estamos saliendo de esta pandemia y se están reactivando las actividades comerciales, financieras bancarias, y dentro de este contexto todas las formas comerciales toman mayor relevancia.

En estos últimos tiempos en nuestro país, fruto de los avances tecnológicos y científicos, y aun mas, producto de la pandemia por Covid -19 tenemos que se ha producido un enorme dinamismo comercial, empresarial, y dentro de este contexto se está normalizando las actividades en todos los sentidos económicos, así como se están dando el ingreso de nuevos capitales y también se está reactivando los contratos por Franquicia.

Particularmente a nivel local tenemos que producto de esta modalidad comercial llamada franquicia se tiene que se ha exacerbado el número de franquicia a nivel Perú y particularmente a nivel local.

El problema que surge es que en nuestra legislación las franquicias están consideradas dentro de los contratos atípicos, es decir, que se no se encuentran dentro de los contratos regulados en el Código Civil, es por ello, que su regulación

jurídica se encuentra dispersa en nuestro ordenamiento jurídico, lo que genera incertidumbre jurídica, pues, no está debidamente establecidos los presupuestos que deben tener los actos jurídicos, donde se precise sus alcances y límites.

Tanto el franquiciado y franquiciante que participan en el contrato que los une, al no existir una expresa norma, que dispone sus derechos y obligaciones, hace posible que puedan presentarse excesos abusivos por una de las partes.

La franquicia en la actualidad es un instrumento comercial muy positivo pues, una empresa menor, poco conocida sin mucho prestigio comercial, al comprar los nombres de una empresa mayor y más conocida en el mercado nacional o local y con ello puede de inmediato beneficiarse en la venta de los productos de la empresa franquiciante y de esta forma se verá incrementado el flujo comercial y consecuentemente sus ganancias.

Por el presente trabajo de investigación deseamos describir los orígenes y antecedentes evolutivos de esta figura comercial denominada franquicia, asimismo precisar los problemas que surgen en los contratos evidenciando posibles excesos en perjuicio de los sujetos que participan en el contrato por franquicia; asimismo mostrar los beneficios económicos que generan a las partes intervinientes, sus ventajas y desventajas de la franquicia.

Aún no se ha establecido una regulación específica en nuestro país (como en E.E.U.U., Francia y Brasil), consideramos que este novedoso contrato de franquicia por su importancia, al proporcionar nuevos horizontes laborales, comerciales, mayor recaudación fiscal, es necesario su regulación jurídica específica en nuestro ordenamiento legal, para dar seguridad jurídica a las partes contratantes.

1.2. Definición del problema.

1.2.1. Interrogante general.

¿Cuáles son los aspectos problemáticos en los contratos de franquicia que pueden estar generando inseguridad jurídica Arequipa – 2021?

1.2.2. Interrogantes específicas.

- a. ¿Cuáles son los antecedentes jurídicos y doctrinarios de la franquicia?

- b. ¿En qué consisten las ventajas y desventajas de los contratos de franquicia?
- c. ¿Cuáles son las bases jurídicas para normar el contrato de franquicia en la legislación nacional?

1.3. Objetivos de la Investigación.

1.3.1. Objetivo general.

Determinar los aspectos problemáticos en los contratos de franquicia que pueden estar generando inseguridad jurídica Arequipa – 2021.

1.3.2. Objetivos específicos.

1. Precisar los antecedentes jurídicos y doctrinarios de la franquicia.
2. Determinar las ventajas y desventajas de los contratos de franquicia.
3. Establecer las bases jurídicas para normar el contrato de franquicia en la legislación nacional.

1.4. Justificación e importancia de la investigación.

Considero que es importante el presente trabajo de investigación, debido a que en los últimos diez años, las transacciones comerciales internacionales especialmente nacionales han sufrido un notable incremento, surgiendo en estos años una nueva forma de realizar negocios comerciales como es la franquicia comercial, mediante la cual, las nuevas empresas que no tienen mucha trayectoria comercial, utilizan la marca y prestigio de esta empresa en el inicio de sus actividades comerciales, comprando (la marca) y utilizando esta, les es más fácil posicionarse en el mercado sin mucho esfuerzo.

Es imperativo conocer los alcances y límites de esta nueva forma comercial, que ha surgido del dinamismo comercial moderno.

Es necesario darle protección jurídica como también a las personas que la utilizan, en salvaguarda de sus intereses patrimoniales y legales.

Estamos seguros que los aportes a los que lleguemos serán fructíferos en el campo del Derecho Comercial.

1.5. Variables.

1.5.1. Variable independiente.

Problema en contratos de franquicia

1.5.2. Variable dependiente.

Inseguridad jurídica.

1.6. Hipótesis de la Investigación.

Los contratos de franquicia son contratos atípicos no regulados en el Código Civil, por tanto, se encuentra regulados en forma dispersa en diversas normas de nuestro ordenamiento jurídico es por ello que se puedan estar presentado aspectos problemáticos en estos contratos de franquicia los que pueden estar generando inseguridad jurídica Arequipa – 2021.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

2.1.1. Internacionales.

(Martínez Tubay, 2015). La Franquicia como plan de Negocios alternativo para el emprendimiento en el Ecuador. Universidad de Guayaquil. Ecuador.

Conclusiones: La franquicia, como alternativa en negocios es altamente beneficioso para quienes invierten. El invertir en una empresa ya posicionada es beneficioso pues, se evita el riesgo de fracasar. El estudio técnico, de mercado y rentabilidad, indican que invertir en una franquicia es altamente seguro y rentable.

(Perales Dominique, 1998). Las cadenas de franquicia como una forma de organización plural. El caso español” Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

Conclusiones: Las franquicias en todo el mundo va adquiriendo más importancia, pues, se está realizando más actividad comercial en la comercialización de más tipos de productos. Se debe considerar a las franquicias como una organización plural. Las franquicias son muy beneficiosas en el campo comercial, mercantil, pues, posibilitan que se pueda

emprender un nuevo negocio, con una marca que se encuentra ya posicionada en el mercado, y le será mucho más fácil ser exitoso.

2.1.2. Nacionales.

(Belsuzarri Bonilla, 2015). Plan de negocios de una cadena de heladerías con la franquicia cold stone en el Perú. Tesis para optar el grado académico de magíster en administración de negocios. Universidad del Pacifico. Perú.

Conclusiones: La marca Cold Stone, es una marca muy prestigiosa en el mercado y será muy positivo trabajar con dicha marca, pues, dicha marca se encuentra con muy buena aceptación en el mercado local.

2.1.3. Locales.

(Velásquez Chávez, 2018). La franquicia en el Perú desde el punto de vista económico, Jurídico y social, y la necesidad de una regulación jurídica Ante su desarrollo en la economía peruana en el periodo 2009-2016. Tesis para acceder al grado profesional de abogacía: Universidad Nacional de San Agustín Facultad de Derecho y Ciencia Política Escuela Profesional de Derecho.

Conclusiones: por el contrato de Franquicia es un tipo de contrato que se usa para el comercio de servicios y bienes en dos sujetos llamados franquiciado y franquiciante donde se establece un término de plazo acordado por ambos sujetos, por el cual, el franquiciado cede a la segunda el derecho de utilización de una marca o patente en el nombre comercial, donde se le impone un conjunto de directrices que debe cumplir y a cambio se le entrega una regalía, dicho acuerdo queda plasmado en un contrato denominado Franquicia, donde las partes intervinientes establecen los acuerdos tanto en sus obligaciones como en sus derechos, en sus diferentes cláusulas reguladas, contrato conocido como innominado al no estar previsto en una norma jurídica existente en el modelo de negocio. Por este contrato se dice que es un modelo donde se clona una empresa en su marca, en otra empresa, pero se debe respetar ciertos parámetros comerciales de la empresa clonada, por decir, en

la calidad de los insumos utilizados, colores de la empresa, infraestructura, modelo de muebles, de esta forma se llegue a preservar la identidad tanto del producto como del servicio ofertado, asimismo respetar el prestigio de la empresa matriz tanto en su identidad como en el nivel de aceptación, la que debe estar debidamente registrada de acuerdo a ley y el simple hecho de hacer referencia a la marca matriz o su clon es sinónimo de alta calidad y su correspondiente garantía.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. Concepto de seguridad jurídica.

Según el concepto presentada por (Cabanellas, 1979) en su Obra Diccionario de Derecho Usual, donde aclara que la seguridad jurídica se entiende como la estabilidad de los diferentes las fundaciones y la eficacia genuina de la ley, en atención al acatamiento de los derechos ungidos y su socorro eficiente ante las diferentes infracciones, mediante la acción que restablece la justicia en casos perjudiciales, caso dentro de un estado que tiene por encaje el Estado de Derecho.

Otro autor nos dice: (Fernández Vázquez, 1981), en su trabajo académico Diccionario de Derecho Público, donde establece que la seguridad jurídica como el grupo de presupuestos necesarios que los quehaceres y el desarrollo de las naciones y los ciudadanos que la conforman.

Completando que, estatuye el aval en la aplicación concreta de la ley, de esta forma los ciudadanos tienen pleno conocimiento de cuáles son sus derechos, como también sus obligaciones, de esta forma se alejan de las actitudes perjudiciales de los gobernantes que pueden ejecutar en detrimento de los individuos.

De acuerdo a lo sustentado por (Fernández Vázquez, 1981, pág. 698) nos ilustra que la seguridad establece y establece parámetros sobre los deberes y facultades de los poderes del estado. Es lógico pensar que, la seguridad

jurídica se logrará dentro de un Estado de Derecho, porque en el régimen totalitario los ciudadanos se encuentran permanentemente sojuzgadas a los excesos abusivos de los gobernantes. En otras palabras, se puede afirmar que el derecho y los diversos mecanismos que norma jurídica organiza en pos de su organización, para su plena vigencia tienen su punto de encuentro en común en establecer seguridad jurídica a todos los ciudadanos de un país.

Conforme a lo precisado en párrafos precedentes, la seguridad jurídica, debe ser considerada como un precepto jurídico de naturaleza general, ineludible a todo Estado de Derecho, y por ello que el Estado, como institución mega orgánica de la sociedad, tiene que en forma necesaria dar seguridad a presupuestos mínimos a sus ciudadanos en el campo judicial, administrativo, legislativo, y en líneas generales, en todos los casos donde tenga injerencia de la soberanía estatal.

2.2.2. El Contrato de franquicia o franchising

El contrato “Franchising”, “Franquicia” o también conocido “Sistema de Licencias”, se caracteriza en que una empresa que distribuye servicios o bienes, los hace a través de marcas comerciales, relacionado a lo objetivo del negocio, como son las estrategias para lograr sus fines, estrategias de operaciones, como es la instrucción y especialización de los colaboradores, los refuerzos permanentes en lo que es ventas, etc. Donde la empresa, denominada licenciante, otorga la utilización de su marca por parte de otra tercera empresa –licenciados o licenciarios – donde le pagan conocida como regalía, pero por ello quedan sujetos a diversas obligaciones sobre la forma de conducir el negocio (Vera Loret de Mola, s/f).

Es preciso mencionar que el contrato de Franquicia está diseñada como un conjunto de o estrategias de negocios, en la cual un empresario o un individuo – franquiciante – autoriza predeterminados derechos de utilización de la marca e incluso puede , otorgar tecnología para la ejecución de un negocio en que se piensa que debe ser este negocio exitoso concreto a otra empresa o

individuo–franquiciante o franquiciatario-, en contra prestación deberá pagar cuotas conocidas como regalías (Suarez, 1994) .

Debe entenderse que las regalías son los pagos regulares que realiza el franquiciatario, en razón de la autorización de uso de la marca generada por la franquicia. Además, debemos mencionar que existe una serie de presupuestos relacionados con esta forma de contrato, que tienen relación a la Propiedad Industrial e Intelectual, en ese sentido tenemos: los logos que distinguen a la empresa como son los nombres comerciales, características como son la calidad de los insumos que se debe utilizar, infraestructura que la debe contener, entre otras figuras que son importantes para la ejecución de las actividades de la empresa que ha comprado la marca.

Es necesario precisar que el contrato de Franquicia data de hace mucho tiempo, pero si lo comparamos con el contrato de compra venta, podemos concluir que se trata de un contrato moderno. En ese sentido debemos establecer que la franquicia tiene su génesis en 1851, donde se tiene que la primera revelación la encontramos en la Compañía Singer & Co., en Estados Unidos de Norteamérica, donde la empresa estableció una red de tiendas para la comercialización de máquinas de coser. Revelación que dio iniciación en ese país, a una transacción que actualmente ya tiene una antigüedad de más 131 años.

En la actualidad, es de conocimiento público una serie de empresas que ofrecen diversos productos o servicios, utilizando esta forma de contrato de franquicia, dentro de ello tenemos: Mc. DONALD, PIZZA HUT, KENTUCKY FRIED CHICKEN, BURGER KING, etc. Estos ejemplos referidos al sector de comidas rápidas, también conocidas como *fast food*, asimismo se tiene que existen otras actividades basadas en la franquicia como en el sector: ferretería, conocidas como “Ace Hardware Corp.”.

Los negocios surgidos por esta forma se ha incrementado en forma considerable, y sobre todo en las últimas décadas; pensamos que el éxito de esta forma de contrato de debe a que es una forma muy práctica de generar

economía y que se usa a nivel mundial, donde los sujetos que intervienen en el negocio no tienen pérdida, por poner un ejemplo el franquiciante, que es el que compra la marca de la empresa matriz, tiene la posibilidad de expandir su negocio fácilmente basado en el prestigio en el mercado de la empresa matriz, asimismo la inversión que va a emplear no es tan onerosa, solo tiene que cumplir las obligaciones pactadas con el dueño de la marca matriz, por otro lado el franquiciatario dueño de la marca consolidará su negocio, expande su marca a través de otras empresas, lo que lo hace más exitoso y con mayor respaldo en el mercado y el Know How apto. Otro aspecto es que el consumidor se ve beneficiado por comprar productos o servicios con garantizada calidad y a precios adecuados.

Imperativo es tener conocimiento que más del 60% de las empresas creadas de manera independientemente, como se puede apreciar su tiempo de duración es corto, pero por medio de esta forma de contrato, la extinción de estas empresas, se ven reducidas en forma ostensible.

2.2.3. Tipos de Franquicias

Los contratos de franquicias tienen por característica que se ha diseminado y desarrollado de la forma más rápida y ha tomado importancia en los últimos lustros. No obstante, esta forma de contrato es añeja, algunas formas de franquicia son de origen reciente, dentro de ellas podemos distinguir tres formas de franquicia:

A) Franquicias de Procedimiento o de Fabricación, Por este contrato, se entiende que el franquiciante otorga la autorización al franquiciatario, para la realización de la fabricación y comercialización de productos, usando las marcas que son de propiedad del primero y acatando las disposiciones y los requisitos que han sido pactados en el contrato; por otro lado se presenta el acceso a sus íntimos secretos empresariales, se entregará instrucciones e informaciones con relación a la comercialización, distribución, como en lo referente al servicio del producto. Así ponemos el ejemplo: en los negocios dedicados a comida rápida, el producto

confeccionado está de acuerdo a los insumos entregados por el franquiciante, además muchos de los ingredientes son importados del terruño de origen de la franquicia.

B) Franquicia de Distribución, por esta forma de contrato el franquiciante o su apoderado, confecciona o fabrica un producto determinado y lo comercializa a sus franquiciatarios, para luego estos proceden a comercializarlos con la marca o logo del primero, actividad realizada en una preestablecida zona de comercialización. En ese sentido a modo de ejemplo: combustible automotriz (Texaco, Schell, por ejemplo), productos electrónicos de consumo, etc. Debemos hacer presente que en esta forma de contrato no se autoriza o traslada el Know How del franquiciante, para maniobrar el negocio, en ese sentido lo que se estila hacer, es el otorgamiento del de operaciones.

C) Franquicia de Servicios, en esta forma de contrato el franquiciante procede a realizar actividades de servicios, donde se le ha autorizado el uso del nombre comercial o la marca del franquiciante, los que previo contrato se le ha autorizado por el franquiciatario, donde da cumplimiento a los extremos pactados en el contrato de franquicia, así tenemos, por ejemplo: Burger King, Visa; Comida Rápida, Tarjetas de Crédito entre otros.

2.2.4. Naturaleza Jurídica de una Franquicia.

El contrato de franquicia se caracteriza por ser “Sui Generis” y por contar con peculiaridades diversas, ya que cuenta en su conformación diversas ramas del derecho como son el Derecho industrial, el derecho civil, el derecho comercial, etc. Por otra parte, existen opiniones que sostienen que esta forma de contrato es una forma evidente de colaboración entre empresas, o también podríamos afirmar que también se da una serie de conocimientos en el campo financiero.

2.2.5. Características primordiales de la franquicia.

1. Consensual, ya que nace por el acuerdo que realizan los sujetos intervinientes.
2. Bilateral, ya que, el contrato es suscrito entre dos sujetos el franquiciante y el franquiciador, los pueden ser también personas jurídicas o naturales.
3. Oneroso, en el sentido que por este contrato existe una contraprestación económica por la marca de la empresa.
4. No es formal, ya que se exige una formalidad, es decir, que se confeccione un contrato donde se plasme el acto jurídico, es por ello que no se necesita que se formalice un documento; también es importante resaltar que los contratos pueden pactarse vía informática.
5. Es atípico, debido a que no está establecido en forma expresa en una norma jurídica, sino que se encuentra regulado en forma dispersa en nuestro ordenamiento jurídico.
6. Es un contrato por adhesión, debido a que el franquiciatario se adhiere es decir se junta o se pone de acuerdo en todas las condiciones o escrupulosidades acordadas por el franquiciante.
7. Es permutante, en el sentido que los sujetos intervinientes tienen pleno conocimiento sobre las ventajas y desventajas establecidas en el contrato de franquicia.
8. Es *intuitu personae*, en el entendido que el contrato solo es para la personas o empresa en particular y no puede haber cesión.

2.2.6. Características de una buena franquicia.

A continuación, vamos a presentar qué características debe presentar un contrato de franquicia en la idea que por este contrato se asegure el éxito de sus operaciones en su región. En ese sentido tenemos:

Debe presentar una buena relación con la venta de un producto o servicio que tenga una alta calidad.

El requerimiento del producto o servicio es internacional o, por lo menos no se debe encontrarse limitado exclusivamente al territorio de inicio del franquiciador.

Lo pone al franquiciado que se le ha otorgado la franquicia en un territorio con todos los derechos, los cuales pueden ser antepuestos a otras franquicias.

Por la franquicia se transmite en forma inmediata un saber hacer, así como las estrategias de compra venta, como las destrezas propias de la franquicia en razón.

Hacer sus respectivos ensayos por una empresa guía.

Instituye las formas de una adecuada vinculación entre franquiciador y el franquiciado en la idea de optimizar las situaciones de aprovechamiento de la franquicia, asimismo de transferir creaciones, la creación de nuevos bienes y mercancías, etc.

Relata claramente las contribuciones entregadas inicialmente (formación, enseñanza, saber hacer) y las imborrables (investigación y desarrollo, campañas de marketing, publicidad, servicios diversos, acciones promocionales,) del franquiciador.

Enuncia los desembolsos limítrofes (derechos iniciales) y perennes (canon) que el franquiciado debe verificar.

Involucra al franquiciado en el asunto de consolidación en las estrategias al futuro de la de la franquicia, asimismo se le hace contribuir en la gestión de la franquicia.

Pronostica una serie de procedimientos de transformación, reacuerdos y la supresión del contrato de franquicia, además puede darse la posibilidad de liberación para el franquiciador.

El contrato de franquicia brinda la alternativa importante en el contexto de las ordenaciones verticales convenidas o registradas. Es el caso que en caso de una cadena de franquicia el aspecto relativo a la inversión de cada sucursal o tienda está en manos del franquiciado, es decir el dueño del negocio. Comenzando por la óptica del franquiciador, la constitución de una cadena de franquicias le da la oportunidad de establecer en célere y con un poco coste de inversión de una cadena comercial hasta incluso internacional y sin gastar mucho en la implantación de la cadena, y el otro beneficio es que puede controlar las nuevas tiendas mediante el contrato.

Esta modalidad de contrato, tiene por característica un sistema repartición compuesto, regulado por el franquiciador, por otro lado, quien gasta en su viabilidad son los franquiciados. El vínculo entre franquiciador y el del franquiciado es indisoluble, pues, el éxito de uno lo es del otro.

2.2.7. Beneficios del contrato de franquicia

- Conseguir que se le autorice el uso inmediato de la marca. En mérito al contrato se dispone, que el dueño de la marca gana más reconocimiento en el mercado, debido a los muchos años que ha realizado sus actividades comerciales ofertando sus productos.
- Colaboración en la apertura de un nuevo negocio: por lo general los dueños de empresas nueva no tienen el debido conocimiento sobre estudio de mercado, donde comprar los insumos adecuados, asimismo con establecer estrategias de comunicación y actividades en relación a la contabilidad, así también como captar nuevo personal, así mismo como capacitarlo adecuadamente. Por el contrato de franquicia la compañía matriz le otorga

a la nueva empresa un paquete de conocimientos, así como adiestramiento en el mismo trabajo y asesoría permanente. Es más, se da el caso que el nuevo propietario se relacione con otros propietarios menores que se dedican al mismo rubro de empresa, lo les posibilita a que puedan intercambiar experiencias adquiridas en la gestión de su negocio.

- Estrategias y ordenamientos: por el contrato de franquicia se entrega estrategias y ordenamientos acerca de los temas para formar a los colaboradores para que sepa y pueda desempeñarse en forma óptima buscando la calidad en el producto y en el servicio.
- Materiales: la generalidad de los negocios se despliega programas a fin que los propietarios de las franquicias con el fin de comprar materias útiles para la confección de productos o servicios.
- Indagación y Perfeccionamiento: en líneas generales los propietarios nuevos se dedican en el día a día por falta de tiempo e insumos, para estudiar los comportamientos del mercado, y proyectarse para encontrar nuevas formas o estrategias para mejorar su negocio. Los negocios en forma total, intercambian sus nuevas experiencias de R&D fruto de la actividad generada por la franquicia.
- Financiamiento: las empresas matrices ofertan financiamiento para afrontar las actividades iniciales de las empresas nuevas, muchas veces en condiciones muy benéficas.

2.2.8. Ventajas.

Conforme se aprecia de la gestión de nuevos negocios menores de los Estados Unidos, el contrato de franquicia presenta múltiples ventajas sobre los pequeños negocios independientes:

Reputación: está relacionado a prestigio de la marca matriz debido a que la marca tiene un alto nivel de ubicación en el mercado, el nuevo dueño de la franquicia no tiene mucho esfuerzo por desplegar, ya que, la marca matriz ya

es popular y ya tiene un prestigio en el ámbito de los negocios. El público en general ya conoce la marca y la calidad del producto y servicio que oferta.

Capital de trabajo: por el contrato de franquicia se ahorra dinero, debido a que cuesta menos dinero operar un negocio de concesión, porque el franquiciador le da al concesionario buenos controles de inventario y otros medios para reducir los gastos. Cuando es necesario, el franquiciador puede también dar asistencia financiera para los gastos operativos.

Experiencia: el consejo dado por el franquiciador compensa la inexperiencia del nuevo propietario.

Asistencia gerencial: el propietario de un pequeño almacén independiente tiene que aprender de todo, y un minorista experimentado puede no ser un maestro en todos los aspectos de finanzas, estadísticas, marketing y promoción de ventas. Las mejores compañías de franquicia le dan al concesionario asistencia continua en estas áreas.

Utilidades: al asumir unos costos razonables de franquicia y convenios sobre suministros, el concesionario usualmente puede esperar un razonable margen de ganancias, porque el negocio se maneja con la eficiencia de unas cadenas.

Motivación: debido a que el concesionario y el franquiciador se benefician del éxito de la operación, ambos trabajan adecuadamente para lograrlo.

2.2.8.1. Importantes beneficios para el Franquiciador

Las estimulaciones que lo deciden al franquiciador para constituir una franquicia son básicamente las siguientes:

Por la franquicia tiene la capacidad de contar una nueva fuente de riqueza, sin verse afectada el controlar aspectos de marketing.

Impedir que se vea afectado por pagos permanentes y altos que obligan por lo general a un proceso de distribución con la capacidad de tener lugares de almacenajes adecuados.

Favorecer a otras empresas independientes las que se encuentran muy de acuerdo en su condición de dueños de sus empresas.

Cooperar con los hombres de negocios locales bien integrados en medio de la ciudad, de la región o del país

Fundar una fuente de ingresos en basada en saber hacer desde un punto de vista técnico mercantil con el que cuenta.

Ejecutar en cuanto a las ventas un incremento veloz, para lograr un efecto llamado bola de nieve.

Favorecerse por la franquicia de capitales a gran escala.

En el contrato de franquicia los franquiciadores transfieren a sus franquiciados apoyos al comienzo y en forma permanente. Los apoyos al inicio son esencialmente: Servicios iniciales comprenden fundamentalmente: como es estudio de mercado, un análisis de emplazamiento de restaurantes franquiciados, un asesoramiento en la contrata de alquiler, una plan respecto de decoración al interior del punto de comercialización, la instrucción de la mano de obra, formas de estrategias contables y financieras.

Los servicios incesantes deben ser mediante un control permanente en su aspecto operativo, los insumos que se usan en su promoción, la formación de semilleros en relación a colaboradores, debe asegurarse el control de la calidad en los productos y servicios, respecto a la publicidad es importante considerar que sea a nivel nacional, concentración de adquisiciones, indagaciones sobre el avance del mercado, asimismo debe considerarse auditorías contables y financieras, y por ultimo ver el tema de los seguros idóneos, etc.

2.2.8.2. Ventajas para el Franquiciado

La estimulación de franquiciado en una franquicia es fundamentalmente de favorecerse de la experiencia, de la fama y de la

garantía, fusionadas a la buena imagen de marca del franquiciador. A esta estimulación primordial se aumentan las deferencias siguientes:

Poseer el acceso a dar inicio a una empresa disponiendo de escasa inversión.

Disminuir el peligro y la inseguridad, debido a que estamos frente a un plan de triunfo comprobado.

Un mejor poder en las adquisiciones frente a los proveedores en la red franquiciada.

Absorber una mejor instrucción y un apoyo constante ofrecida por el del franquiciador.

Contar con una mejor llegada a los más prestigios instalaciones, debido a la fama de la marca y ubicación financiera del franquiciador.

Absorber una constante colaboración en lo relacionado al marketing, así como en lo relacionado a lo financiero y el campo de la contabilidad de la franquicia.

Poseer restablecimientos donde las decoraciones al interior están adecuadamente armonizadas.

Gozar de las diferentes investigaciones y creaciones novedosas respecto de nuevos servicios y productos.

Poseer el acceso a la constitución de un negocio propio en calidad de independiente, con el respaldo de una mega organización que la respalda.

El contrato de franquicia dentro de sus características es comparativamente maleable respecto de la ayuda constante entre el franquiciador y los franquiciados. Empero, existen tres elementos

necesarios para dar mayor valía a una relación contractual de franquicia, que son:

La resuelta decisión de trabajo mancomunadamente.

La aprobación de un derecho de claridad mutuo.

El cimiento jurídico del procedimiento.

En referencia al último requisito, es imperativo; que la franquicia es una fórmula que tiene por motivo la correcta distribución de un producto de calidad, o un adecuado servicio en la idea de conseguir el éxito, debe abandonarse la intención de tener a la franquicia como para salir de un problema que viene padeciendo una empresa.

2.2.9. Aspectos negativos de las franquicias

En ese sentido tenemos ciertos aspectos negativos entre estas tenemos:

Derechos: los pagos que cobra el franquiciador por la utilización de la marca del negocio, los importes solicitados por los insumos y otros relacionados en la confección de los productos pueden ser excesivos, por lo cual se puede llegar a menoscabo económico afectando incluso en las ganancias para la pequeña empresa.

Carencia de independencia: en el sentido que el concesionario con el fin de conseguir las directrices del franquiciador, el dueño de la empresa menor estaría perdiendo su independencia como empresa.

Estandarización: Las operaciones son nivelados y los comerciantes no tienen la capacidad de contribuir con ideas innovadoras.

Lentitud: en razón a la magnitud de la empresa, un franquiciador estaría en tener un comportamiento empresarial retardado para adecuarse a una nueva forma o estrategia empresarial.

Cancelación: es dificultoso y costoso revocar un acuerdo de concesión sin la colaboración del franquiciador.

El control: el franquiciador se encuentra en una situación de menos control respecto al concesionario, que si lo hiciera en sus propios locales de producción.

El competidor: si el concesionario logra el éxito, la empresa matriz puede perder utilidades, y luego de terminado el contrato de franquicia se podría haberse creado una nueva empresa que puede ser competidora.

2.2.10. Bases jurídicas que norman el contrato de franquicia en la legislación nacional.

Según (Aguirre, 2020). Ahora por falta de regulación particularidades y complejidades actuales sistema de franquicia, tenemos que usar para diferentes áreas del derecho. Preparar contratos y especificar en detalle la relación franquiciador-franquiciado, algunas de las cuales incluyen:

1. Derechos de Propiedad Intelectual: Buscar la protección que tienen los derechos de propiedad intelectual información sobre el franquiciador, como marca, nombre emprendimiento, patentes y know-how esto, entre otras cosas, transferir a uso de las instrucciones de uso.

2. Aspectos civiles: aclarar los deberes y responsabilidades de todas las partes uno de los lados, la forma de hablar uso válido de la garantía y sanciones inmediatas y mecanismos de resolución de disputas.

3. Derecho Comercial: Definición vehículo de inversión o sociedad propuesta de objeto especial, decisión y gestión social, hipoteca acciones, restricciones a la reestructuración societaria, pactos para sociales (en su caso), etc.

4. Derecho Tributario: Planificación y estructura fiscal de la empresa a nivel local, será relevante para ambos franquiciador y franquiciado. A la hora de internacionalizarse, los franquiciadores deben saber leyes fiscales del país

de destino y también use el protocolo para evitar doble imposición (en su caso). También es importante determinar la tasa de retención de impuestos el pago debe ser recibido por el franquiciador sus franquiciados extranjeros, así como las consecuencias de las relaciones con paraísos fiscales y sociedades vinculadas.

5. Aspectos sectoriales: normativa en relación con las actividades de franquicia, permisos y licencias industriales educación y alimentación, regulaciones aduaneras para importaciones permanentes, etc.

2.3. Marco conceptual.

- a. **Shop In Shop:** En el diccionario virtual (Parra Zegarra, 2019). nos ilustra que: Viene a ser una franquicia córner en la que se distingue la decoración, así como la presentación del local que esta anexado a la red del negocio.
- b. **Territorio:** Siguiendo el diccionario de (Parra Zegarra, 2019), nos dice: Lista que se estila consignarse en los contratos de franquicia a la franja o espacio por la cual, se otorga en forma exclusiva la instalación de una empresa con franquicia. El espacio puede ser un barrio, una provincia, un distrito, municipio, o cualquier otro territorio notoriamente especificado.
- c. **Unidad De Negocio:** Conforme al indicado diccionario de (Parra Zegarra, 2019), nos precisa. Las partes de una empresa están organizadas pues, cuentan con su adecuada estrategia, en aspectos de dirección y de presupuesto.

La segmentación legal en determinados casos no es la mas conveniente desde la óptica de la organización sobre todo en negocios multinacionales o grandes empresas. Es por ello que al interior de una empresa se dan casos que hay variedad de unidades que pueden abarcar varias empresas.

- d. **Unidad Piloto:** Siguiendo el diccionario (Parra Zegarra, 2019) nos dice: Unidades pertenencia del franquiciador, cuyo objetivo esencial es la comprobación de la forma de empresa que luego se transferiría a sus franquiciados.

Además las unidades piloto estarán en condiciones de ser ventajosas en la capacitación en trabajos prácticos de los franquiciados que se unan a la cadena de negocios, asimismo para la comprobación de novedosos sistemas de producción antes de ser irradiados a la cadena de negocio. El número y usanza de las unidades piloto tienen por versión que en cada caso en concreto se establezcan en calidad de útiles.

e. Unidades Propias: Conforme al indicado diccionario (Parra Zegarra, 2019) nos precisa. Es el agrupamiento de negocios en la que la titularidad la tiene el franquiciador, así como es el cimiento práctico de la franquicia.

Se aprecia que es de utilidad mayor número de establecimientos propios para así estar en mejores condiciones de conocer con mejor maestría el negocio, y estar en la disponibilidad de constituir más negocios en lugares diversos.

CAPÍTULO III

MÉTODO

3.1 Tipo de investigación.

En la presente investigación se utilizará el tipo de investigación descriptiva ya que las interrogantes formuladas son: ¿cómo es?, ¿cuáles son las características del problema?, y se manejará el tipo de investigación proyectiva, ya que, nos anticiparemos a las consecuencias que pueden presentar si no se halla una alternativa de solución al problema.

Según la profundidad de la misma: De carácter descriptivo y explicativo.

3.2. Diseño de investigación.

El diseño de investigación utilizado en este estudio es de carácter cuantitativo, no experimental, descriptivo y explicativo. Por ello, cuanto más se hace, más se observan la realidad o hechos tal como se presentan en el mundo real, y a través de un procedimiento cognoscente se interpretan de diferentes maneras, como en un contexto jurídico o social o en un contexto axiológico o político, sugiriendo soluciones fundadas cimentadas en las evidencias.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población.

La presente investigación se va a ejecutar territorialmente en la ciudad de Arequipa.

La población se ajusta a los comerciantes que trabajan con contratos de franquicia de Arequipa; empresarios locales abogados especialistas en derecho civil.

3.3.2. Muestra.

La Muestra será considerando a:

20 comerciantes que laboran con contratos de franquicia de Arequipa, para determinar su problemática laboral.

40 Empresarios locales sobre su opinión de los contratos de franquicia.

10 abogados especializados en derecho civil, sobre su opinión sobre los contratos de franquicia

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Según Morales Vallejo (2011), en la página 43, "las técnicas son escenográficas, y adentro de ellas encontramos los instrumentos de recogida de datos (...). "

Las técnicas que se van a emplear en la presente investigación son, entre otras, las siguientes:

3.4.1.1. Observación documental.

Se ha visto en el mundo real qué hechos científicos son significativos para este estudio y cuáles no. Los hechos de la realidad, como, por ejemplo, el trato discriminatorio al que están expuestos los empleados de origen CAS, serán el tema de esta observación.

Se va a realizar previamente una observación documental de los diversos trabajos de estudio los están relacionados al tema de investigación.

Esta orientación se fundará en el análisis doctrinal y teórico de nutridos trabajos, asimismo como en la legislación que han

promulgado. En la experiencia, usualmente toda investigación se inicia en un estudio de documentos, que se ejecuta en forma de estudio bibliográfica. Las técnicas que le apoyaran en el procedimiento de individualización de los problemas y de purga de los marcos teóricos, así como en la deliberación de los instrumentos más fuertes para el recojo de datos es bastante decisivo.

3.4.1.2. Encuesta.

Esta técnica, es uno de los métodos para la recopilación de los datos objetivos sobre hechos, veredictos, sapiencia, etc., se desplegará en razón a la problemática materia de investigación, como hipótesis así como las variables señalizadas; el cuestionario es harán en forme impresa en razón de los indicadores.

El cuestionario constituirá un conjunto de preguntas preparadas anticipadamente que son notables para el estudio y aplicadas a la población.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

Acorde se ha convenido que cada técnica tiene un instrumento por excelencia, en ese sentido (Sabino, 1992) nos dice: El instrumento recaba información, datos, principios, como fuente imperativa para resolver los vacíos. El instrumento tiene por función recopilar datos, como fuente necesaria en toda investigación con el objetivo de dar solución a los fenómenos así como recabar información.

3.4.2.1. Fichas bibliográficas.

En la aplicación de la ficha bibliográfica, se debe tener un ambiente adecuado, donde se dará orden, en base a la lógica, coherente y según su valía para suministrar de la forma más conveniente.

3.4.2.2. Cuestionario de preguntas.

Se formulará interrogantes, las que tienen relación inmediata con los indicadores que hemos presentando, los que van a ser aprovechados a la muestra.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Creemos que el instrumento que se ha perfeccionado reacciona a las dimensiones e indicios que hemos identificado, y que nos proporcionará información vital que nos permitirá corroborar nuestra hipótesis.

Si examinamos detenidamente las preguntas, advertiremos que están coherentes con los indicadores que hemos dado.

Las conclusiones del estudio se presentan en forma de gráficos en función de los factores examinados. En este caso, se utilizarán datos numéricos para investigar la información, lo que decidirá si se utilizará estadística paramétrica o no paramétrica para realizar la investigación.

La estadística descriptiva, como las medidas de predisposición centrada, las medidas de variabilidad, la forma y la ubicación, se utilizará para investigar los datos en este estudio. Se manejarán análisis de datos paramétricos y no paramétricos para las muestras con el fin de crear comparaciones y diferencias basadas en los datos.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por variables.

En el presente subtítulo vamos a presentar el trabajo de campo, realizado conforme a la técnica de la encuesta utilizada, siendo su instrumento el cuestionario de preguntas estructurado de forma cerrada, es decir, “sí” y “no”; se hace presente que las preguntas tienen su origen a cada indicador y estos a sus respectivas variables.

La muestra donde se ha aplicado el cuestionario es a comerciante, empresarios, y abogados especializados en materia civil, sobre la problemática del contrato de franquicia y sus efectos en la seguridad jurídica.

4.1.1. Resultado de la variable independiente.

DOSSIERS Y EL CONTRATO DE FRANQUICIA

¿Ud. considera que la información, en el contrato de franquicia no es completa y puede generar errores posteriores en perjuicio de las partes suscribientes?

Tabla 1

Dossiers y el contrato de franquicia

ALTERNATIVA	COMERCIANTES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que la información, en el contrato de franquicia no es completa y puede generar errores posteriores en perjuicio de las partes suscribientes.

ANÁLISIS:

El termino dossiers, es conocido en mundo empresarial como la información sensible que debe darse al momento de realizar cualquier intercambio comercial o mercantil, y en este caso al momento de la suscripción del contrato de franquicia debe contarse con el máximo de información sobre la empresa matriz, es decir la empresa que va a vender su marca.

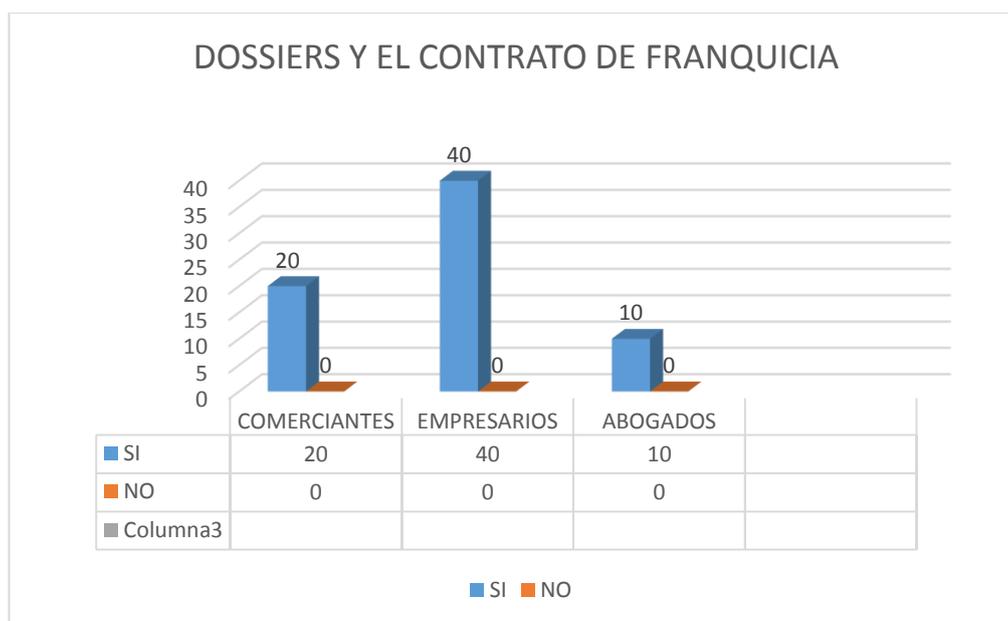
Se hace presente que no solo es la venta de la marca, para ser utilizada en una actividad determinada, sino también si la empresa matriz es exitosa en el mercado, si cuenta con los insumos necesarios en el mercado para adquirirlos, si tiene proveedores, entre otros.

Asimismo la empresa matriz también debe conocer los antecedentes comerciales, legales de la empresa que va a comprar la marca, como el nivel de credibilidad de los dueños de la empresa.

Figura

1

Dossiers y el Contrato de Franquicia



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario.

CLÁUSULAS ABUSIVAS

¿Ud. cree que en los contratos de franquicia se consignan cláusulas abusivas en perjuicio del franquiciado?

Tabla 2

Cláusulas Abusivas

ALTERNATIVA	COMERCIANENTES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	15	05	10	30	42.8
NO	05	35	00	40	57.14
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los comerciantes, manifiestan que en los contratos de franquicia se presentan cláusulas abusivas, los abogados son de la misma opinión, mientras que los empresarios son de opinión diferente.

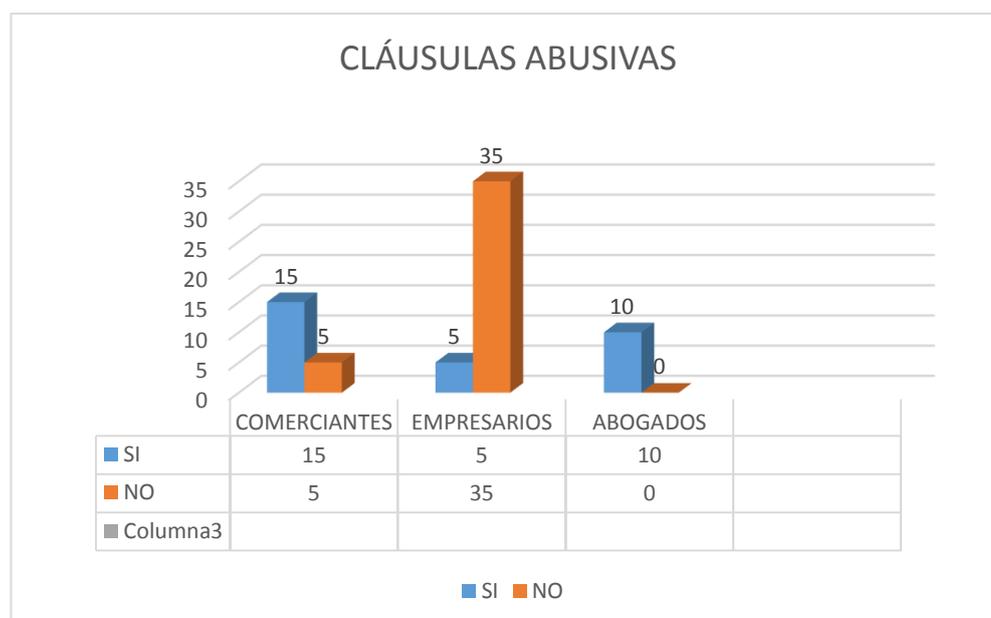
ANÁLISIS:

Conforme se ha verificado teóricamente existe un alto porcentaje en la celebración de contratos de franquicia donde se acuerda cláusulas abusivas de parte del franquiciador, en perjuicio de la empresa que compra la marca o franquiciado.

Podemos mencionar, que el franquiciador por ser el dueño de la marca, se excede en imponer el precio de las regalías al franquiciado, así mismo, exigencias en pagos y cláusulas penales por retrasos en los pagos de las regalías; así también requerimientos, como son los insumos que deben utilizarse en la confección del producto, como es la calidad del pan, o mostaza, ket chut, y mayonesa, o en los bienes muebles en calidad o formas de los locales que se van a aperturar, como también los colores, logos y otros que son característicos de la empresa matriz.

Figura 2

Cláusulas Abusivas



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

EXCESOS O ABUSOS DEL FRANQUICIADOR

¿Ud. estima que en los contratos de franquicia se presenta excesos o abusos del franquiciador?

Tabla 3

Excesos o Abusos del Franquiciador

ALTERNATIVA	COMERCIANTES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	00	10	30	42.8
NO	00	40	00	40	57.14
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

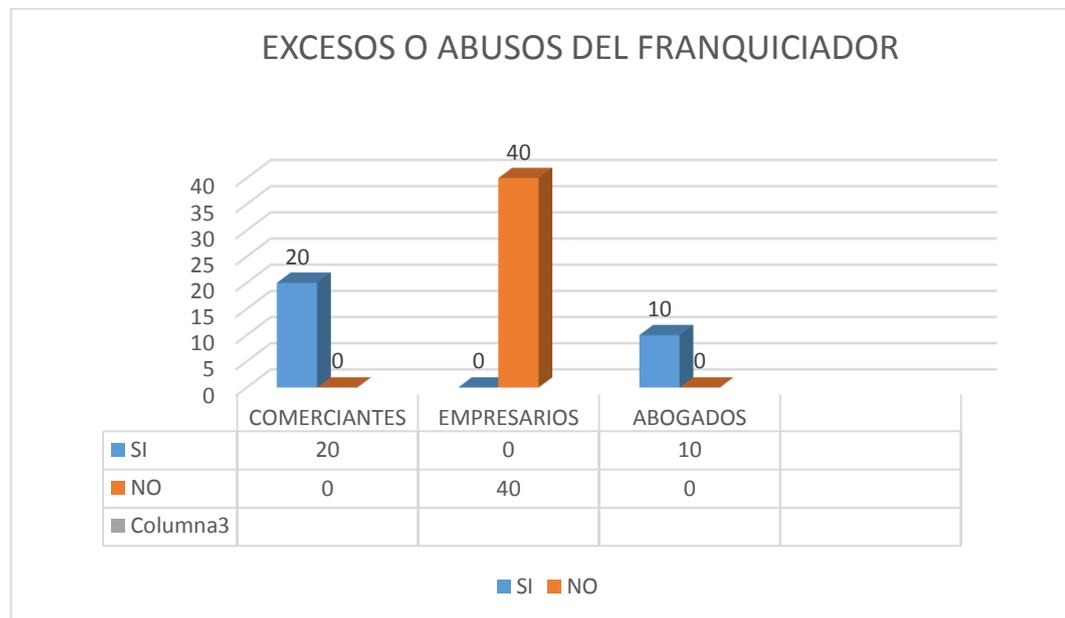
INTERPRETACION:

El 100% de Los comerciantes como los abogados sometidos al cuestionario de preguntas son de la opinión que en los contratos de franquicia se presenta excesos o abusos del franquiciador, mientras que los empresarios son de opinión diferente.

ANALISIS:

Esta pregunta tiene relación con la interrogante anterior, en la que se evidencia que el franquiciador se extralimita en sus atribuciones en perjuicio de la franquiciado, como son, tratar de controlar las operaciones de la empresa que ha comprado la marca, en calidad, en operatividad, en administración.

Los excesos por parte del franquiciador, se configura como un aspecto problemático de relación entre las partes que suscriben el contrato de franquicia.

Figura 3***Excesos o Abusos del Franquiciador***

Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

SALTAR NORMAS ESTABLECIDAS

¿Ud. considera que uno de los aspectos problemáticos en los contratos de franquicia es que se saltan las normas establecidas?

Tabla 4***Saltar Normas Establecidas***

ALTERNATIVA	COMERCIANENTES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de Los comerciantes como los abogados sometidos al cuestionario de preguntas son de la opinión que uno de los aspectos problemáticos en los contratos de franquicia es que se saltan las normas establecidas.

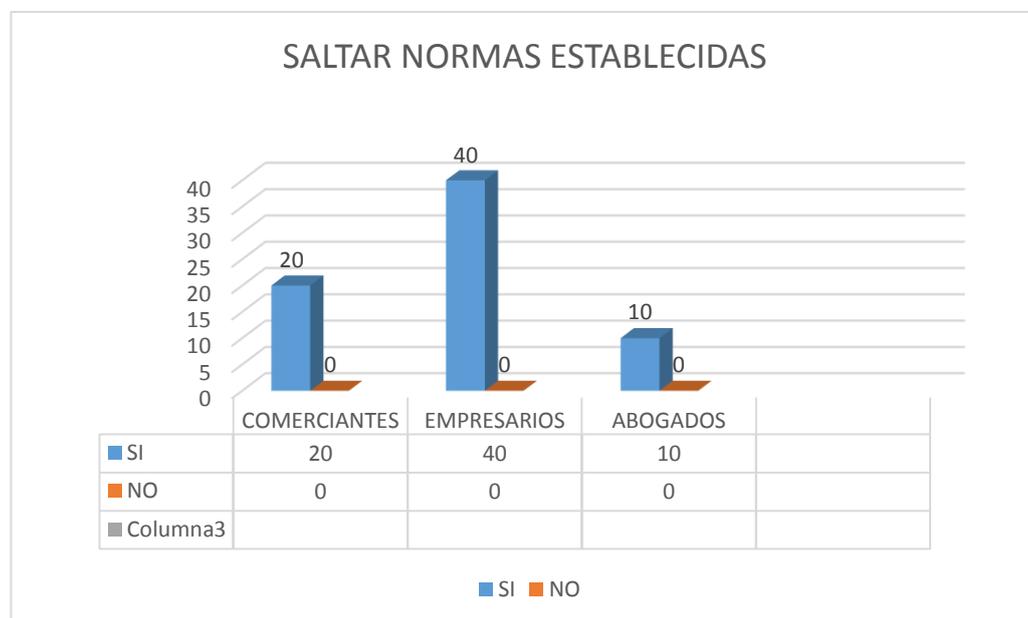
ANÁLISIS:

En los contratos de franquicia se presenta el problema de saltarse las normas al implantar otros productos adicionales en el negocio, cuando no están contemplados en el contrato.

En líneas generales, se puede presentar el caso cuando el franquiciado ya lleva un tiempo en la actividad franquicia y los resultados no son alentadores, pero ya tiene conocimiento del aspecto funcional de la empresa, y pueda resolverse en saltar las normas de funcionalidad ya establecidas.

Figura 4

Saltar Normas Establecidas



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

USO INMEDIATO DE LA MARCA

¿Ud. cree que uno de los beneficios que tiene el contrato de franquicia es el uso inmediato de la marca matriz?

Tabla 5

Uso Inmediato de la Marca

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

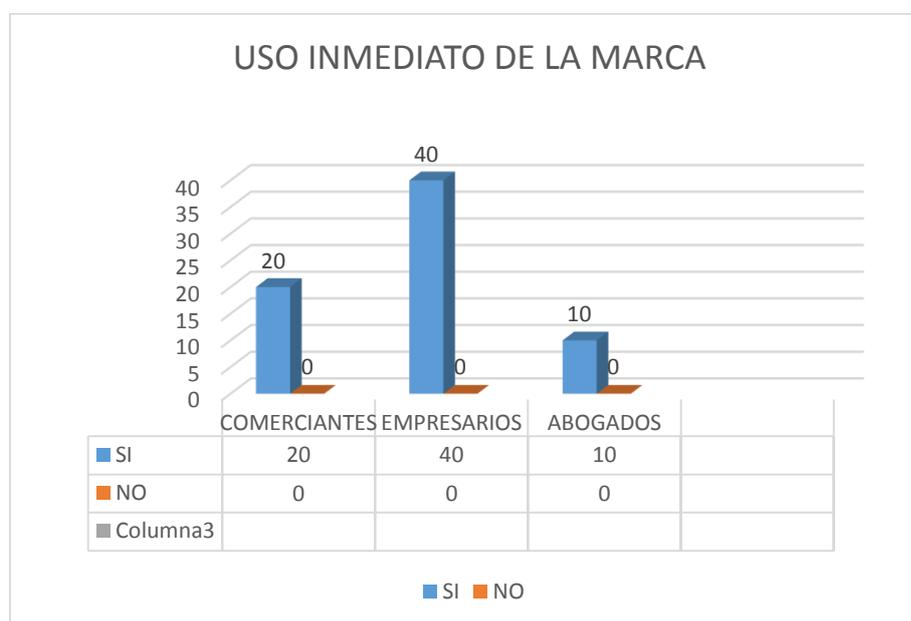
INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que uno de los beneficios que tiene el contrato de franquicia es el uso inmediato de la marca matriz.

ANÁLISIS:

Dentro de las ventajas que tiene el contrato de franquicia, esta que el franquiciado, en forma inmediata realiza operaciones comerciales usando la marca de la empresa matriz.

En Arequipa, tenemos diversas empresas que realizan operaciones comerciales, mercantiles producto de la franquicia, dentro de ellas tenemos La Clínica odontológica Odam; La Ibérica; Grifo Ático S.C.R; Grifo Ecogas; Grifo El gato S.C.R; Restaurantes Presto; Etc.

Figura 5***Uso Inmediato de la Marca***

Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS

¿Ud. estima que uno de los beneficios que presenta el contrato de franquicia es la transferencia de conocimientos?

Tabla 6***Transferencia de Conocimientos***

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

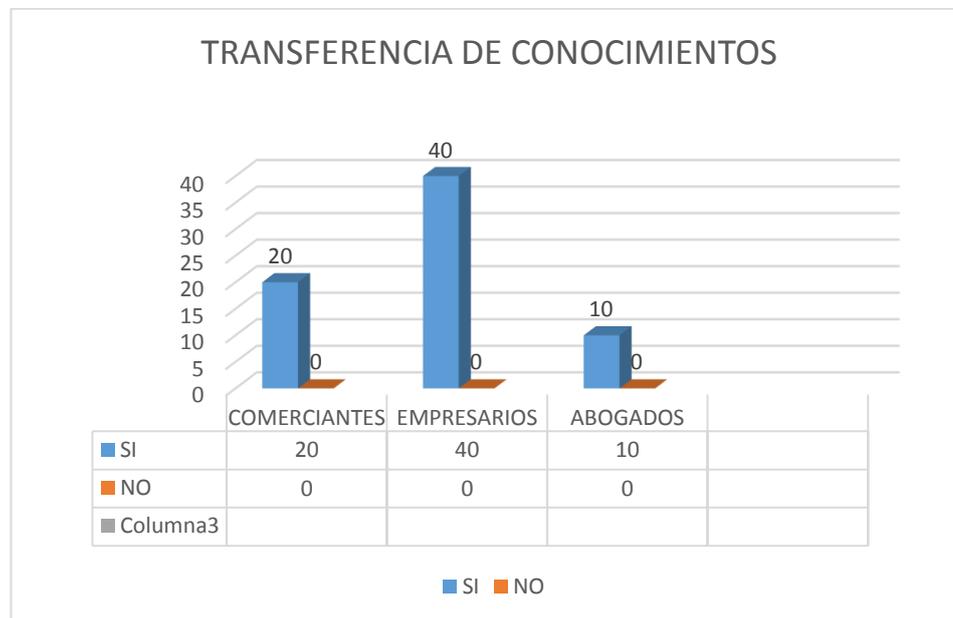
Conforme el resultado de la encuesta practicada, tenemos que la totalidad de las personas encuestadas, consideran que; uno de los beneficios que presenta el contrato de franquicia es la transferencia de conocimientos.

ANÁLISIS:

En efecto la experiencia ganada por la empresa matriz, es de suma importancia, al momento de realizar el contrato de franquicia, pues, por lo general se acuerda que las experiencias en la gestión y función de la empresa son asimiladas por el franquiciado.

La transferencia de conocimiento tiene que tener la característica de ser objetivamente transmisible en la relación originada por la franquicia, de esta forma los franquiciados pueden imitar el patrón de negocio practicado por el franquiciador.

En caso contrario, pueden surgir problemas en la transmisión del conocimiento por parte del franquiciador y en la asimilación del mismo por parte del franquiciado, entorpecen el uso correcto del conocimiento con el desenlace negativo en la ganancia dentro del proceso.

Figura 6***Transferencia de Conocimientos***

Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

ESTRATEGIAS Y ORDENAMIENTOS

¿Ud. considera que uno de los beneficios que contiene la franquicia es las estrategias y ordenamientos?

Tabla 7***Estrategias y Ordenamientos***

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que uno de los beneficios que contiene la franquicia es las estrategias y ordenamientos.

ANÁLISIS:

Siendo la franquicia un contrato netamente comercial o mercantil, y financiero, las empresas madre que otorgan la marca, han desarrollado para el éxito de su empresa diversas estrategias, así como los procesos de ordenamientos en la obtención de los insumos como el procesamiento de los mismos.

Ello es importante, pues, ello se logra a través de varios meses de gestión empresarial, adquiriendo experiencias basadas en errores y aciertos, los que por medio del contrato de franquicia son transmitidos a la franquiciado para que sea exitoso en el funcionamiento de su empresa franquiciada.

Figura 7

Estrategias y Ordenamientos



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

DISPOSICIÓN DE MATERIALES

¿Ud. cree que el beneficio que contiene un contrato de franquicia es la disposición de materiales por la empresa matriz?

Tabla 8

Disposición de Materiales

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

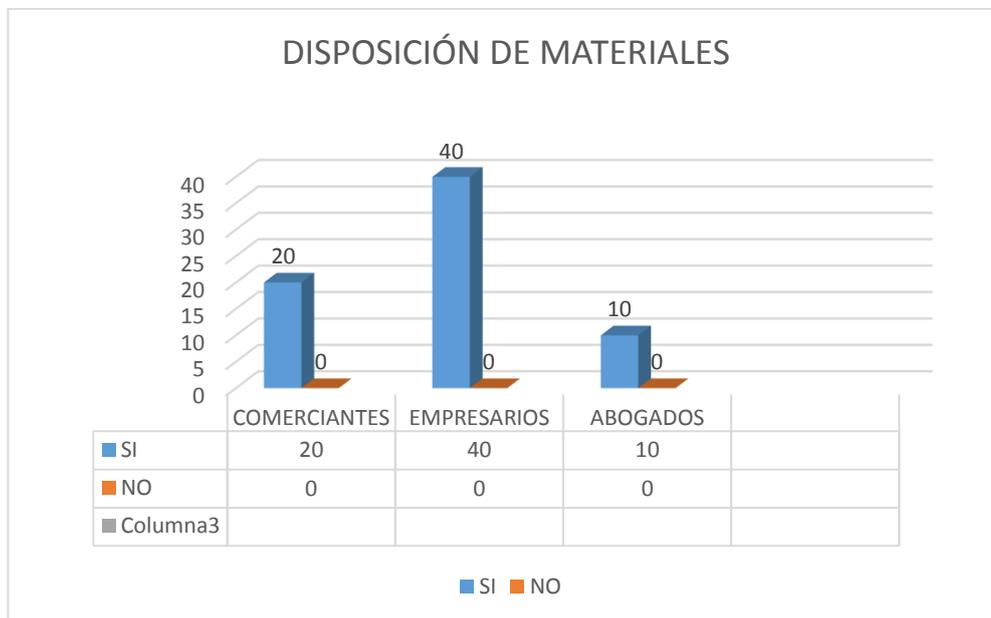
El 100% de las personas encuestadas consideran que el beneficio que contiene un contrato de franquicia es la disposición de materiales por la empresa matriz.

ANÁLISIS:

En muchos casos, la empresa matriz es quien surte los insumos, es decir, los materiales para la elaboración del producto final.

Es muy provechoso, que la empresa sea la gestora de procurar los insumos de los materiales que se deben utilizar para presentar el producto bandera del negocio, como puede ser, si es una panadería, la harina o la levadura; si es un grifo, el combustible a partir de sus camiones cisterna, Etc.

Figura 8
Disposición de Materiales



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

FINANCIAMIENTO

¿Ud. estima que uno de los beneficios que presenta el contrato de franquicia es el financiamiento avalado por la empresa matriz?

Tabla 9
Financiamiento

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que uno de los beneficios que presenta el contrato de franquicia es el financiamiento avalado por la empresa matriz.

ANÁLISIS:

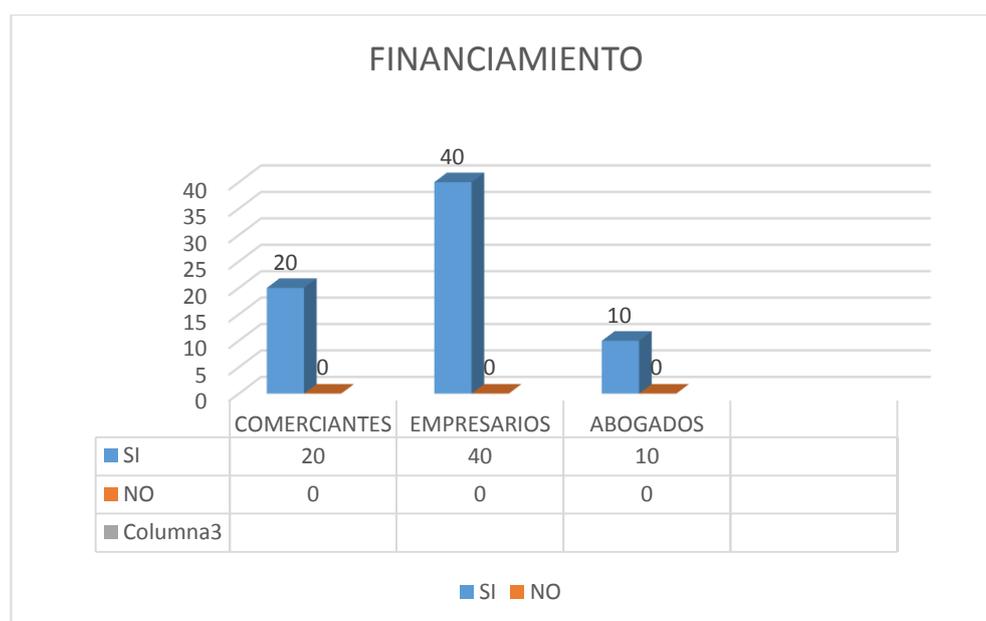
En la relación surgida por el contrato de franquicia se presentan situaciones en las que la empresa matriz, es quien facilita a la empresa franquiciada a acceder a líneas de financiamiento en mundo bancario, financiero.

Se entiende que la empresa matriz ya ha incursionado con anticipación en ese rubro de actividad comercial, y se ha ubicado en el mercado en forma exitosa; ello le permite gozar de un prestigio en el campo, y es por ello que le es muy fácil acceder a créditos bancarios o refinanciarlos.

Esta experiencia también en ciertos casos fruto del contrato de franquicia la empresa matriz le facilita a la empresa franquiciada, a fin que se beneficie de los empréstitos con la sana idea de lograr el éxito.

Figura 9

Financiamiento



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

4.1.2. Resultado de la Variable dependiente

LEGISLACIÓN DISPERSA DE LA FRANQUICIA

¿Ud. considera que uno de los aspectos que genera inseguridad jurídica en los contratos de franquicia es la legislación dispersa de la franquicia?

Tabla 10

Legislación Dispersa de la Franquicia

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	30	10	60	85.7
NO	00	10	00	10	14.2
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de las personas encuestadas son de la opinión que uno de los aspectos que genera inseguridad jurídica en los contratos de franquicia es la legislación dispersa de la franquicia.

ANÁLISIS:

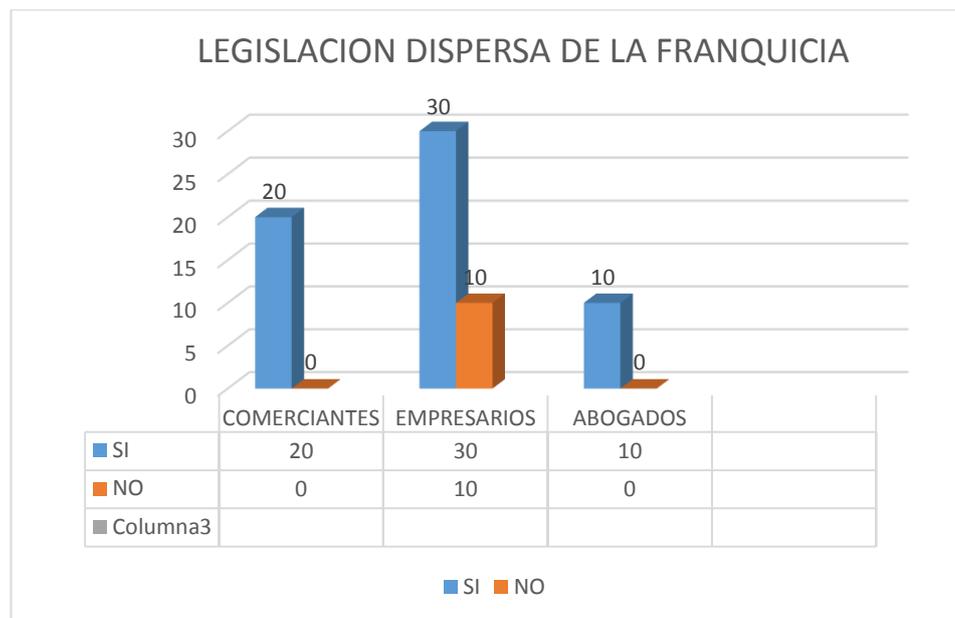
Uno de los problemas que presenta el contrato de franquicia es que la franquicia es un contrato atípico, es decir, no se encuentra regulada en el Código Civil, sino tiene su origen en la dinamicidad comercial y mercantil, que ha generado esta forma especial de contrato civil moderno.

Pero el problema surge que su regulación se encuentra en diversas normas en nuestro ordenamiento jurídico, como son Constitución Política del Perú, mediante sus artículos del capítulo de Régimen Económico, el Código Civil respecto a los artículos de contratos, obligaciones y acto jurídico, la Decisión 291 del Acuerdo de Cartagena, respecto al tratamiento del capital extranjero y sobre marcas, patentes y regalías, el Decreto Legislativo 807, respecto a las facultades que asume INDECOPI de acuerdo a lo solicitado por el Acuerdo de Cartagena, el

Decreto Legislativo 662, respecto a la estabilidad jurídica para la inversión extranjera y la Ley de Propiedad Industrial, respecto a las marcas. el mismo Código Civil, el Decreto Legislativo 1075, Ley de Propiedad Industrial, respecto a las marcas.

Figura 10

Legislación Dispersa de la Franquicia



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

CERTEZA JURÍDICA

¿Ud. cree que en los contratos de franquicia no se logra la certeza jurídica, provocando inseguridad jurídica?

Tabla 11

Certeza Jurídica

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que en los contratos de franquicia no se logra la certeza jurídica, provocando inseguridad jurídica.

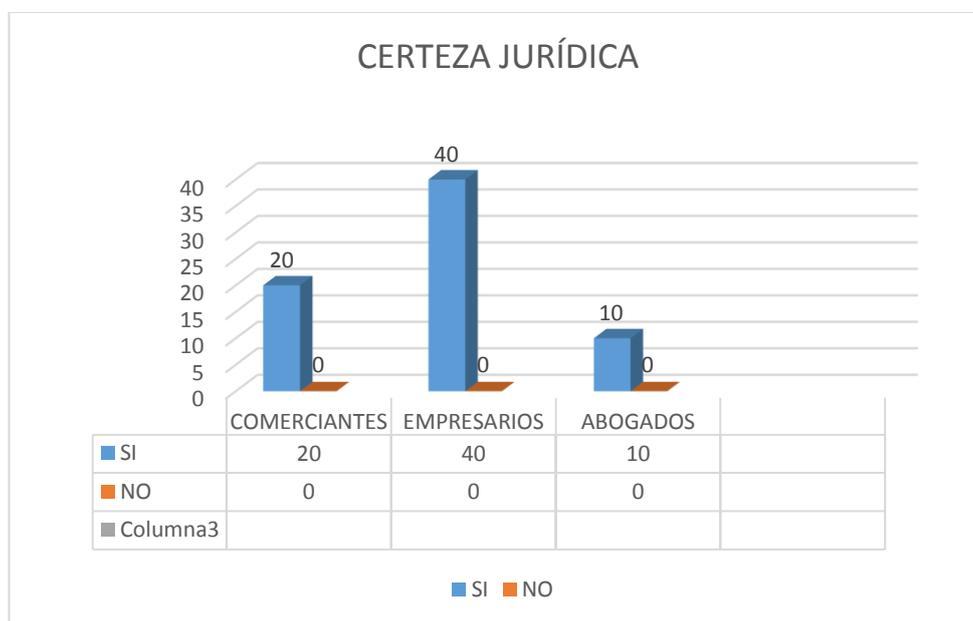
ANÁLISIS:

Del resultado se aprecia que las personas son de la opinión que en los contratos de franquicia al no contar con normas jurídicas que desarrollen los alcances y limitaciones de los sujetos intervinientes en el acto jurídico.

Como se ha demostrado teóricamente los contratos de franquicia no están debidamente regulados en nuestro ordenamiento jurídico, solo esta normatizado en forma dispersa, lo que trae un riesgo permanente para los que celebran esta forma de transacción jurídica.

Figura 11

Certeza Jurídica



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

CONTRATO ATIPICO

¿Ud. estima que el contrato de franquicia por un contrato atípico, genera inseguridad jurídica?

Tabla 12

Contrato Atípico

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	40	10	70	100
NO	00	00	00	00	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

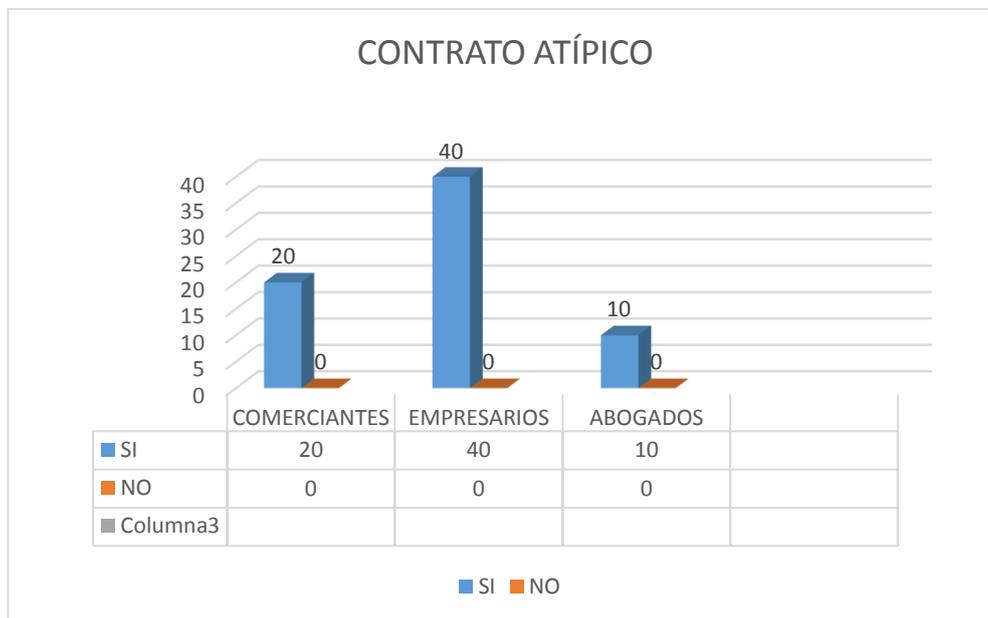
INTERPRETACIÓN:

La totalidad de personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que el contrato de franquicia por un contrato atípico, genera inseguridad jurídica.

ANÁLISIS:

En efecto al ser un contrato no regulado en el Código Civil, se convierte en un contrato atípico, por tener origen en diferentes normas dispersas que le dan sustento, el problema es que esta forma de transacción es muy difundido y se ha desarrollado en el entorno comercial, financiero, y es una forma de ser exitoso de empresarios menores que compran la marca, la que esta debidamente posicionada en el mercado.

Figura 12
Contrato Atípico



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

DERECHOS Y PAGOS EXCESIVOS

¿Ud. considera que uno de los factores generadores de la inseguridad jurídica en los contratos de franquicia son los derechos y pagos excesivos por el dueño de la marca matriz?

Tabla 13
Derechos y Pagos Excesivos

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	00	10	30	42.8
NO	00	40	00	40	57.1
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de los comerciantes y abogados son de la opinión que los derechos y cobros excesivos por el dueño de la marca matriz hacen que el contrato de franquicia sea inseguro jurídicamente, mientras que los empresarios son de diferentes criterios.

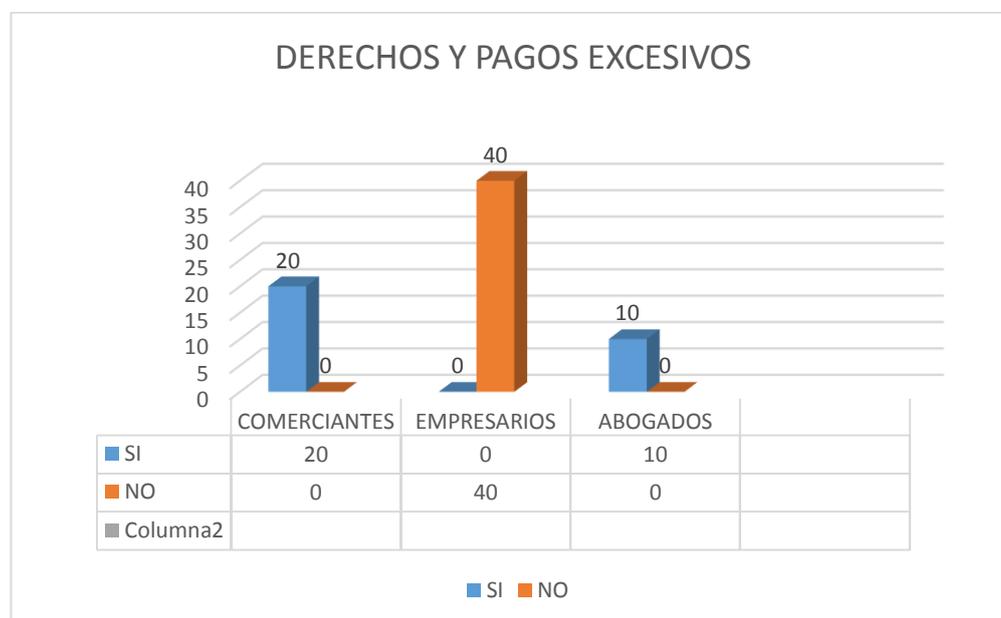
ANÁLISIS:

Los cobros por los derechos a la marca de forma excesiva, crea un ambiente de inseguridad jurídica, el problema surge cuando el dueño de la marca, decide en forma arbitraria subir los pagos por la franquicia, hecho que genera la inseguridad jurídica en este tipo contratos especiales.

Es obvio que los empresarios no tienen el mismo parecer, debido que ellos son los que salen del contrato pacto, aumentando los pagos.

Figura 13

Derechos y Pagos Excesivos



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

CARENCIA DE INDEPENDENCIA DEL FRANQUICIADO

¿Ud. cree que un factor generador de la inseguridad jurídica en los contratos de franquicia son la carencia de independencia del franquiciado?

Tabla 14

Carencia de Independencia del Franquiciado

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	00	10	30	42.8
NO	00	40	00	40	57.1
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

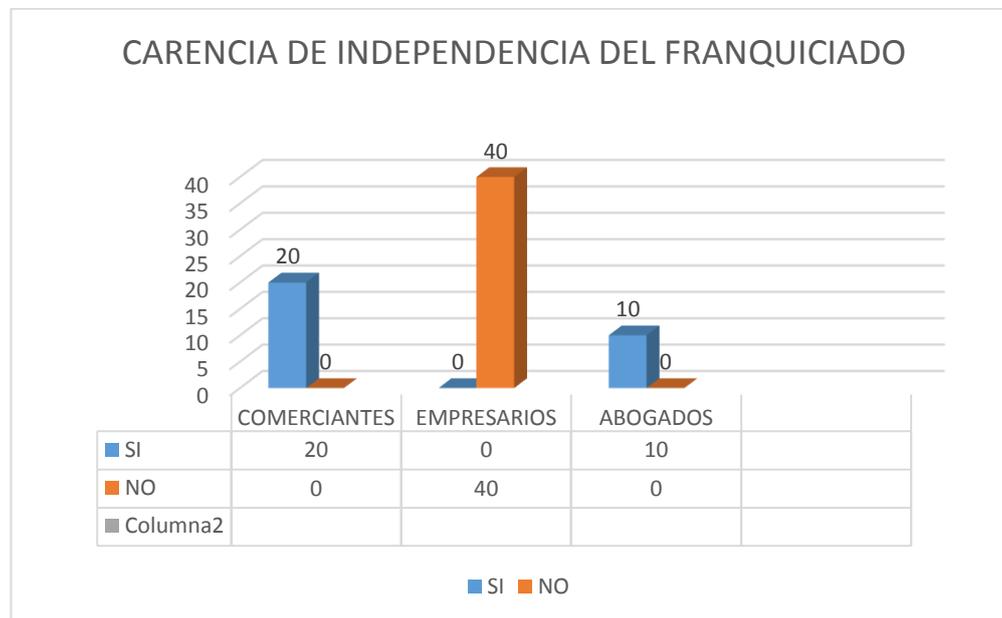
INTERPRETACIÓN:

Los comerciantes al 100% como los abogados son de la opinión que un factor generador de la inseguridad jurídica en los contratos de franquicia son la carencia de independencia del franquiciado, mientras que los empresarios son de opinión diferente.

ANÁLISIS:

Uno de los aspectos que generadores de inseguridad jurídica es que los contratos de franquicia al franquiciado, pierden en cierto grado su independencia empresarial, al ser rebasada por la injerencia imponente del franquiciador.

Se debe comprender que el éxito de la franquicia es que el franquiciado tenga independencia, y mayor soltura en la gestión de su actividad comercial, pero como vemos, que esto no se da en la mejor medida, provocando inseguridad jurídica en los franquiciados.

Figura 14***Carencia de Independencia del Franquiciado***

Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

CONTROL DE FRANQUICIADOR

¿Ud. estima que uno de los factores que producen inseguridad jurídica en los contratos de franquicia es el control del franquiciador?

Tabla 15***Control de Franquiciador***

ALTERNATIVA	COMERCIANES	EMPRESARIOS	ABOGADOS	FRECUENCIA	%
SI	20	00	10	30	100
NO	00	40	00	40	00
TOTAL	20	40	10	70	100

Nota: base de datos encuesta.

INTERPRETACIÓN:

El 100% de las personas sometidas al cuestionario de preguntas son de la opinión que uno de los factores que producen inseguridad jurídica en los contratos de franquicia es el control del franquiciador.

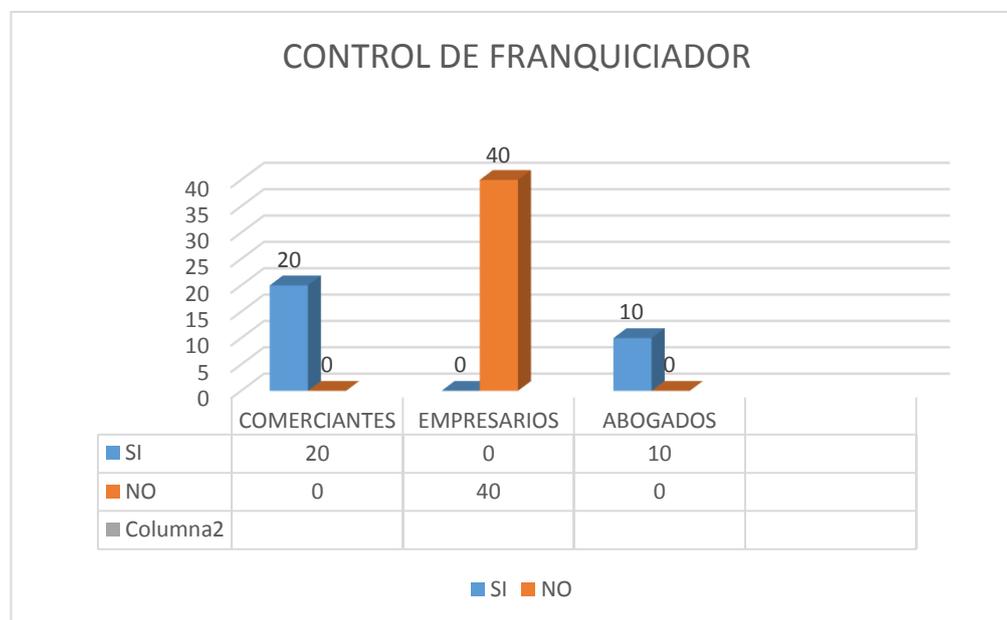
ANÁLISIS:

Como se puede apreciar del resultado de la encuesta, podemos verificar que los comerciantes como los abogados están de acuerdo que uno de los factores que producen la inseguridad jurídica en los contratos de franquicia son que los franquiciadores mantienen control en el franquiciador.

Como tenemos expuesto, la mucha injerencia del franquiciador en el manejo de las operaciones comerciales de la empresa que ha comprado la marca, genera inseguridad jurídica en los acuerdos entre franquiciado y franquiciado.

Figura 15

Control de Franquiciador



Nota: Elaborado en base a los resultados obtenidos del cuestionario

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

PRIMERA: Los antecedentes jurídicos de la franquicia, los encontramos en Constitución Política del Perú, mediante sus artículos del capítulo de Régimen Económico, el Código Civil respecto a los artículos de contratos, obligaciones y acto jurídico, la Decisión 291 del Acuerdo de Cartagena, respecto al tratamiento del capital extranjero y sobre marcas, patentes y regalías, el Decreto Legislativo 807, respecto a las facultades que asume INDECOPI de acuerdo a lo solicitado por el Acuerdo de Cartagena, el Decreto Legislativo 662, respecto a la estabilidad jurídica para la inversión extranjera y la Ley de Propiedad Industrial, respecto a las marcas. el mismo Código Civil, el Decreto Legislativo 1075, Ley de Propiedad Industrial, respecto a las marcas.

SEGUNDA: Las ventajas en los contratos de franquicia son: La reputación está relacionado a prestigio de la marca matriz; capital de trabajo, por el contrato de franquicia se ahorra dinero, debido a que cuesta menos dinero operar un negocio de concesión; experiencia, el consejo dado por el franquiciador compensa la inexperiencia del nuevo propietario; asistencia gerencial, el propietario de un pequeño almacén independiente tiene que aprender de todo, y un minorista experimentado puede no ser un maestro en

todos los aspectos de finanzas, estadísticas, marketing y promoción de ventas. Utilidades, al asumir unos costos razonables de franquicia y convenios sobre suministros, el concesionario usualmente puede esperar un razonable margen de ganancias, porque el negocio se maneja con la eficiencia de unas cadenas; motivación, debido a que el concesionario y el franquiciador se benefician del éxito de la operación, ambos trabajan adecuadamente para lograrlo. Las desventajas de los contratos de franquicia, son: Los derechos o los pagos que cobra el franquiciador por la utilización de la marca del negocio, en muchos casos son excesivos; carencia de independencia; el control en el sentido que el franquiciador se encuentra en una situación de menos control respecto al concesionario.

TERCERA: Las bases jurídicas para normar el contrato de franquicia en la legislación nacional, son la Constitución Política del Perú de 1993, mediante sus artículos del capítulo de Régimen Económico, el Código Civil respecto a los artículos de contratos, obligaciones y acto jurídico, la Decisión 291 del Acuerdo de Cartagena, respecto al tratamiento del capital extranjero y sobre marcas, patentes y regalías.

5.2. Recomendaciones

PRIMERA: Sería recomendable que se haga una mayor difusión de los beneficios que se da en los contratos de franquicia, a fin de intensificar el aspecto comercial de las empresas que se están iniciando.

SEGUNDA: Consideramos que sería conveniente que se difunda esta figura contractual entre las múltiples empresas que realizan actividades mercantiles y comerciales a fin que tengan pleno conocimiento las ventajas y desventajas de esta forma especial de contrato.

TERCERA: Sería recomendable que se regule jurídicamente el contrato de franquicia incluyéndose en los alcances del Código Civil de 1984, con el fin de crear seguridad jurídica entre los contrayentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, W. (2020). *El contrato de franquicia: multiplicador de negocios exitosos*. Recuperado el 3 de noviembre de 2022, de [file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/13573-Texto%20del%20art%C3%ADculo-54044-1-10-20150807%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/13573-Texto%20del%20art%C3%ADculo-54044-1-10-20150807%20(1).pdf)
- Belsuzarri Bonilla, H. (2015). *Plan de negocios de una cadena de heladerías con la franquicia cold stone en el Perú. Tesis para optar el grado académico de magíster en administración de negocios. Universidad del Pacífico. Perú*. Recuperado el 14 de mayo de 2022, de <http://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/2/S2031001.pdf>
- Cabanellas, G. (1979). *Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual. Tomo VI. Decimocuarta Edición*. Buenos Aires: Editorial Heliasta S.R.L. Argentina. Recuperado el 2 de mayo de 2022
- Fernández Vázquez, E. (1981). *Diccionario de Derecho Público*. Buenos Aires: Editorial Astrea. Argentina. Recuperado el 3 de mayo de 2022
- Martínez Tubay, M. (2015). *La Franquicia como plan de Negocios alternativo para el emprendimiento en el Ecuador. Universidad de Guayaquil. Ecuador*. Recuperado el 25 de mayo de 2022, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19240/1/LA%20FRANQUICIA%20COMO%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20ALTERNATIVA%20PARA%20EL%20EMPREDIMIENTO%20%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>
- Parra Zegarra, M. (25 de setiembre de 2019). *Franquicia directa. Términos sobre franquicias*. Recuperado el 23 de mayo de 2022, de <https://www.franquiciadirecta.com/informacion/vocabulariosobrefranquicias/terminossobrefranquiciasdelasalaz/180/826/>
- Perales Dominique, N. (1998). *Las cadenas de franquicia como una forma de organización plural. El caso Español Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <http://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/2/S2031001.pdf>.
- Sabino, C. (1992). *El Proceso De investigación*. Caracas: Panapo.
- Suarez, D. (octubre de 1994). Franquicias en el Perú. *BUSINESS.*, 18-28. Recuperado el 22 de mayo de 2022
- Velásquez Chávez, H. (2018). *La franquicia en el Perú desde el punto de vista económico, Jurídico y social, y la necesidad de una regulación jurídica Ante*

su desarrollo en la economía peruana en el periodo 2009-2016”. Tesis para optar grado p. Recuperado el 25 de mayo de 2022, de https://www.google.com/search?q=franquicia+tesis&rlz=1C1CHBD_esPE877PE877&oq=franquicia+tesis&aqs=chrome..69i57j0l5.6780j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Vera Loret de Mola, A. M. (s/f). *Artículos legales. El Contrato de Franquicia o Franchising*. Recuperado el 21 de mayo de 2022, de <https://www.teleley.pe/legacy/articulos/franquicia1.htm>

ANEXO

Matriz de consistencia

INTERROGANTES	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS	ITEMS
GENERAL	GENERAL	Siendo los contratos de franquicia atípicos, por estar en forma dispersa regulado en nuestro ordenamiento jurídico es importante de regular el contrato de franquicia en la legislación nacional peruana.	INDEPENDIENTE	- Dossiers de Franquicia - Cláusulas abusivas del contrato. - Excesos o abuso del franquiciador. - Saltarse las normas	Observación documental (libros, revistas, periódicos, artículos de internet y normas legales)	Fichas Bibliográficas	SI
¿Por qué es importante regular el contrato de franquicia en la legislación nacional peruana?	Determinar la importancia de regular el contrato de franquicia en la legislación nacional peruana.		Aspectos problemáticos en contratos de franquicia.	- Uso inmediato de la marca. - Transferencia de conocimientos. - Estrategias y ordenamientos. - Materiales. - Financiamiento.		Fichas Documentales	NO
						Validación de base de datos	

ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	DEPENDIENTE		Observación documental (libros, revistas, periódicos, artículos de internet y normas legales)	Fichas Bibliográficas	SI NO
a. ¿Cuáles son los antecedentes jurídicos y doctrinarios de la franquicia?	1. Precisar los antecedentes jurídicos y doctrinarios de la franquicia.	Inseguridad jurídica.	- Legislación dispersa.			
	2. Determinar las ventajas y desventajas de los contratos de franquicia.		- Certeza jurídica.		Fichas Documentales	
b. ¿En qué consisten las ventajas y desventajas de los contratos de franquicia?	3. Establecer las bases jurídicas para regular el contrato de franquicia en la legislación nacional.		- Contrato atípico.			
			- Derechos: los pagos.		Validación de base de datos	
c. ¿Cuáles son las bases jurídicas para regular el contrato de franquicia en la legislación nacional?			- Carencia de independencia.			
			- El control: el franquiciador			