



FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Atipicidad, beneficios y desventajas del contrato de franquicia y
franquiciado de marcas en Honduras

Sustentado por:

Gabriel Antonio Haddad Yacub

Previa Investidura al Título de:
Máster en Derecho Empresarial

Tegucigalpa MDC, Francisco Morazán, Honduras, C.A.
Julio 2019

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR

DESIREE TEJADA CALVO

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARIA CASTRO

**ATIPICIDAD, BENEFICIOS Y DESVENTAJAS DEL
CONTRATO DE FRANQUICIA Y FRANQUICIADO DE
MARCAS EN HONDURAS.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN

DERECHO EMPRESARIAL

ASESOR

FERNANDO AGUILAR CARCAMO

MIEMBROS DE LA TERNA:

JAVIER ENRIQUE DEL CID

FRANCISCO MONDINO



FACULTAD DE POSTGRADO

Atipicidad, beneficios y desventajas del contrato de franquicia y franquiciado de marcas en Honduras

Gabriel Antonio Haddad Yacub

Resumen

Es menester de este estudio, determinar los beneficios, desventajas y oportunidades de mejora de la operación de un negocio a través de una franquicia. Se indaga sobre la naturaleza atípica del contrato de franquicia en Honduras, con el fin de plantear los beneficios que traería la debida enmarcación legal del contrato. El estudio contempla un enfoque mixto, y sustenta su posición con base a opiniones de empresas y colaboradores de empresas desempeñándose en el rubro de comercio citado a través de entrevistas cuyo fin es respaldar la necesidad que se ha detectado según experiencia y casos reales. Lo anterior, en torno al fomento a la inversión y expansión del pequeño y mediano empresario que incursiona en la operación de un negocio, dado el constante incremento y desarrollo a gran escala del franquiciado de marcas nacionales y extranjeras en el país. Se recomienda la elaboración de una norma sustantiva que defina y delimite las bases bajo las cuales se deberá suscribir y posteriormente aplicar un contrato de franquicia en aras de brindar seguridad jurídica y económica para el que emprende en este camino.

Palabras claves: Crecimiento, Franquicia, Inversión, Negocio, Tipificación.



GRADUATE SCHOOL

Benefits, disadvantages and atypical nature of a franchise agreement and brand franchising in Honduras

Gabriel Antonio Haddad Yacub

Abstract

The main purpose of this investigation is to determine the benefits, disadvantages and improvement opportunities of a franchised business. The investigation inquires about the atypical nature of the franchise contract in Honduras, in order to describe the benefits that a proper legal framework of the contract would bring. The study contemplates a mixed approach, and sustains its position based on opinions of companies and employees of experienced companies, through interviews that support the stated conflict that's been identified, based on experience and real cases. The objective is to promote investment and expansion of small and medium businesspeople who venture into the management of a franchised business, given the constant increase and large-scale development of the franchisee of national and foreign brands in Honduras. The elaboration of a legal framework that states the bases under which a contract has to be signed, in order to provide legal and economic security for the intervening parts.

Key Words: Business, Expansion, Franchise, Investment, Legal framework

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.1. Introducción	11
1.2 Antecedentes del problema.....	12
1.3 Definición del problema	15
1.4 Objetivos del proyecto	16
1.4.1 Objetivo General	16
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	16
1.5 Justificación	16
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. Análisis de la situación actual.....	17
2.2. Teoría de sustento	19
2.2.1 Conceptualización de términos	19
2.2.2 Fuentes y teorías.....	23
2.4 Instrumentos utilizados	24
2.5 Marco legal	25
CAPÍTULO III – METODOLOGÍA.....	26
3.1. Procesos de investigación y metodología empleada.....	26
3.1.1. Matriz - Congruencia metodológica.....	27
3.1.2. Tipo de investigación y alcance	28
3.1.3. Enfoque de la investigación	30
3.2. Técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información.....	31
3.2.1. La entrevista e interrogatorio verbal	31
3.3.1.1 Muestra y población de estudio.....	31
3.2.2. Estudio de modelos de contratos de franquicia utilizados en la actualidad ..	32
3.2.3. Lectura y análisis de legislación internacional como fuente de información	32
3.2.4. Observación de procesos en instituciones estatales	32
3.3. Plan de análisis de información recolectada	33
CAPÍTULO IV – RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS	34
4.1. Recolecta de información a través de entrevistas e interrogatorios.....	34
4.1.2 Resultados y análisis de información recolectada a través de entrevistas a franquiciantes y franquiciados de negocios en Honduras	35
4.2. Propuesta para el fomento a la expansión de negocios a través de la franquicia.	40
CONCLUSIONES.....	42

Recomendaciones	44
ANEXO 1 – MODELO DE CONTRATO DE FRANQUICIA	45
ANEXO 2 – ENTREVISTAS REALIZADAS	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

*Atipicidad, beneficios y desventajas del contrato de franquicia y franquiciado de
marcas en Honduras*

CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Las franquicias comerciales se han desarrollado a gran escala en Honduras, especialmente en el rubro de comidas rápidas o comidas en general, tanto de marcas internacionales como locales que han crecido substancialmente a través de esta modalidad de operación de negocio. Entre ellas, la abundancia de establecimientos que operan bajo marcas extranjeras: “*Burger King*”, “*Mc Donalds*”, “*T.G.I. Fridays*” etc. También existe diversificación de rubros como por ejemplo “*Office Depot*” (comercialización de útiles de oficina), “*Marriot*” (hotel). La presencia de marcas nacionales es también apreciable alrededor del país, un rápido crecimiento en marcas como: “UNO” o “Bigos”, franquicias originarias de Honduras, 100% nacionales.

La finalidad que se ha propuesto para el desarrollo de la investigación, es el estudio de las franquicias, los contratos de franquicia y la atipicidad de dicho contrato en Honduras. Asimismo, se indagará sobre los ámbitos de aplicación del contrato de franquicia en el país; se desarrollarán las diferentes implicaciones suscitadas por la atipicidad de dicho contrato tanto de índole legal como económica, y se analizará el impacto directo e indirecto que dicha problemática genera en el incremento de inversión extranjera y/o nacional en Honduras. Por otro lado, se detallarán los aspectos negativos que como resultado de la ausencia de una norma sustantiva y un ente que regule la aplicación del contrato, actúan en perjuicio del estado y la población en general.

Es oportuno, previo a entrar a mayor detalle, conceptualizar lo que es un contrato según legislación hondureña vigente. El Código Civil de Honduras establece textualmente que un contrato es: “*una convención en virtud de la cual una o más personas se obligan para con otra u otras, o recíprocamente, a dar, hacer o no hacer alguna cosa*”¹. Ahora bien, señala Gonzales (2002) que “el contrato de franquicia es el marco que regula la relación jurídica entre franquiciador y franquiciado, asumiendo sus derechos y obligaciones y su mutua vinculación” (pág. 226). En otras palabras, es preciso determinar que el contrato de franquicia es el acuerdo mediante el cual el franquiciante (persona natural o jurídica titular de los derechos de la marca que se otorgará en

1 Artículo 1539 del Código Civil de Honduras

franquicia) le permite al franquiciado (persona natural o jurídica que figura como beneficiario del contrato de franquicia y que posee los derechos para explotar para su propio beneficio en un área determinada y según condiciones pactadas con el franquiciante, la comercialización de los productos y servicios así como uso de marca del negocio propiedad del franquiciante) comercializar cierto producto o servicio, bajo su marca y símbolo, contra el pago de un derecho de entrada o de regalías, o de ambas cosas. La franquicia comercial es también un método de transmisión de la enseñanza para operar un negocio probado.

A medida se avance con la investigación, se detallarán los mecanismos de operación de dicha modalidad, así como las peculiaridades y aspectos a tomar en cuenta para la elaboración y aplicación de un contrato de franquicia.

Por otro lado, se describirán los beneficios y desventajas que resultan de la operación de un negocio a través de la modalidad de franquicia, de esta manera se procura también identificar las partes que se ven afectadas de manera positiva o negativa por la aplicación del contrato referido. Con base a lo anterior, se entenderá cuáles son las consecuencias derivadas de la atipicidad y ausencia de una norma sustantiva que regule el contrato relacionado, mismo que como ya se ha planteado, es una problemática actual que impacta diversos rubros del sistema financiero del país. Se planteará una posible solución a la misma y se destacarán los beneficios tanto económicos como legales para un inversionista nacional o extranjero resultantes de una correcta y precisa regulación del contrato de franquicia en Honduras.

1.2 Antecedentes del problema

Conforme a la legislación hondureña, el contrato de franquicia es un contrato atípico por no encontrarse regulado expresamente por el Código de Comercio vigente (ni otra ley) pero que perfectamente puede celebrarse en vista que dicho Código establece literalmente que: *“las partes pueden determinar libremente el contenido de los contratos en los límites legalmente impuestos. También pueden celebrar contratos que no correspondan a los tipos que este Código fija, siempre que persigan intereses dignos de tutela jurídica”*²

² Artículo 714, Código de Comercio de Honduras.

Es preciso recalcar que la franquicia es un mecanismo fundamental para la expansión de pequeñas empresas nacionales exitosas, en vista que su objetivo principal es canalizar, mediante personas naturales o jurídicas con vasta experiencia en cada rubro específico, productos o servicios que se venden al por menor.

Como es de conocimiento público a nivel mundial, el crecimiento exponencial de la marca: “*McDonalds*” en la década de los cincuentas, se origina de la utilización del método de franquicia como medio para multiplicarse rápidamente en un área geográfica determinada; éste fue un evento trascendental que marcó un precedente en la operación de negocios bajo dicha modalidad cuyo auge nace de dicho suceso.

Entre otros, algunos **beneficios y ventajas** de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia que vale la pena mencionar son los siguientes:

Para el franquiciante:

1. Es la manera más eficaz de desarrollar una actividad empresarial con infraestructura ajena y mínimo desembolso económico (como el caso de *McDonalds* citado)
2. Reduce la necesidad de disponer de personal gerencial y administrativo y de establecer controles permanentes ya que el franquiciado es el principal interesado de que el negocio funcione.
3. La franquicia evita al franquiciante dos limitaciones claves en su proyección futura como son: la económica y los recursos humanos.
4. Mayor rapidez a la hora de abordar el plan de expansión.
5. Mayor control de la producción, suministro y distribución de los productos o servicios.

Para el franquiciado:

1. Es de gran beneficio el no tener que montar un negocio desde cero, es decir, éste solo debe regirse por directrices y lineamientos establecidos por el franquiciante.
2. En teoría, el negocio cuenta con un nombre comercial reconocido, por tal razón, las probabilidades de que el mismo genere ingresos casi desde un inicio, son muy altas.
3. La reducción de pasivo laboral es una ventaja fundamental.

4. Puede recibir ideas y experiencias sin coste alguno.
5. Es la mejor y más rápida manera de desarrollar una actividad empresarial con infraestructura ajena y mínimo desembolso económico.

Ahora bien, como complemento al antecedente del problema acá tratado, es de importancia destacar algunas de las **desventajas** (básicamente para el franquiciado o titular de los derechos de la marca otorgada en franquicia) del modelo de negocios de franquicia que, en esencia, se pueden resumir en los siguientes:

Para el franquiciante:

1. Exposición frente a posibles daños causados al nombre comercial o la marca
2. Generación de conflictos por el desacato de instrucciones por parte del franquiciado.
3. Responsabilidades fiscales adicionales
4. Fuerte inversión de capital en juego

Para el franquiciado:

1. Pagos de derechos de entrada conocidos como “*Royalties*” o “*Initial Fees*”. (más adelante conceptualizados)
2. No es propietario de la marca, solamente cuenta con titularidad de los derechos para el uso de la misma.
3. Lineamientos y directrices estratégicas de forzoso cumplimiento apegadas a manuales o detalladas en el contrato de franquicia suscrito entre las partes.³
4. Limitación de recursos económicos para el caso de contingencias o requerimientos adicionales de capital de trabajo.
5. Constante supervisión y vigilancia por parte del propietario de la marca o franquiciante.
6. Selección de un giro o sector no adecuado o afina sus aspiraciones personales.
7. Éxito vinculado al éxito del franquiciante y de otros franquiciados.⁴

En Honduras, la carencia de regulación legal en cuanto a franquicias, en materia de: protección de las marcas entregadas en franquicia, legislación que norme y proteja al

³ Para mayor referencia, revisar Anexo 1 – Modelo de contrato de franquicia.

⁴ <https://www.entrepreneur.com/article/264029>

franquiciado de la competencia desleal o contra el monopolio así como legislación laboral específica para este modelo de negocio, materias de inquilinato y fiscales (exoneraciones y demás beneficios tributarios) que en el desarrollo de la presente investigación se estudiarán a detalle para poder entender como esto puede afectar directa o indirectamente al franquiciado y al inversionista que pretenda expandir un negocio, cuyo resultado es un impacto directo al crecimiento y desarrollo de la economía en el país.

1.3 Definición del problema

La problemática aquí tratada radica esencialmente en los siguientes aspectos:

1. Atipicidad del contrato de franquicia en la legislación hondureña
2. Carencia de normativa de los elementos relacionados con la operatividad de un negocio bajo la modalidad de negocio referida.
3. El impacto que ocasiona dicha atipicidad en el crecimiento de la economía e inversión en el país por parte de empresarios extranjeros y nacionales.
4. Beneficios derivados de la expansión del comercio a través de las franquicias o franquiciado de marcas en Honduras.
5. Aspectos negativos que van en detrimento a la debida tributación de impuestos.

Por lo anterior y con el fin de que, a través del presente apartado, se pueda tener un panorama claro sobre el problema planteado, se procede a establecer interrogantes puntuales que deberán ser resueltas en el curso de la investigación:

¿Cómo afecta la atipicidad del franquiciado de marcas y contratos de franquicia al comercio, a los empresarios y al país en general?

¿Qué beneficios obtienen los comerciantes y el estado de que se publique una ley sustantiva que tipifique el contrato de franquicia y consigne la creación de un ente regulador de la aplicación de dicho contrato?

¿Qué medidas se deben tomar para subsanar dicha carencia de legislación referente a las franquicias y franquiciado de marcas en Honduras?

¿Cuáles son las propuestas para posibles soluciones que se considera viable implementar con el fin de apoyar a resolver los problemas planteados?

1.4 Objetivos del proyecto

1.4.1 Objetivo General

Plantear soluciones para prevenir la suscripción de contratos de franquicia leoninos o que beneficien a una sola parte contratante con el fin de fomentar la libre competencia y promover la inversión local y extranjera en Honduras a través de la publicación de una ley sustantiva que contemple los mecanismos legales correspondientes para proteger y regular las actividades de comercio que se realicen a través de negocios que operen bajo la modalidad de franquicia. Lo anterior se realiza con base a las necesidades del comercio y de la economía que se han detectado a través de: la investigación exhaustiva, estudio de legislación aplicable, tratados, acuerdos y tesis internacionales, consultas y asesoría por parte de empresas multinacionales que se apegan a legislaciones de cada país en la región, entre otros.

1.4.2 Objetivos Específicos:

1. Establecer las consecuencias frente al emprendedor y los empresarios e inversionistas, de la atipicidad de un contrato de franquicia en la ley hondureña.
2. Enumerar y describir los beneficios y ventajas derivados de una normativa sustantiva que regule el modelo de negocios de franquicia, para la economía del país e involucrados en la operación de dichos negocios con base a ejemplos reales y opiniones de personas con vasta experiencia en el rubro.
3. Proponer medidas para mitigar el impacto de la atipicidad de dicho contrato frente a los usuarios y el estado.
4. Estudiar la viabilidad de implementación de diversas propuestas que contribuyan al desarrollo de una concreta regulación de las franquicias y franquiciado de marcas en Honduras.

1.5 Justificación

La problemática tratada es de trascendencia, dada la peculiaridad del contrato de franquicia, éste es una eficaz herramienta que contribuye al crecimiento de pequeños

negocios y de comerciantes emprendedores por lo que, en aras de fomentar el franquiciado de negocios/marcas nacionales y extranjeras en el país, la correcta y clara tipificación del contrato en la legislación nacional es necesaria.

Por otro lado, una concreta y precisa regulación legal del contrato de franquicia, provee al inversionista nacional y extranjero, la certeza, seguridad jurídica y confianza cuyo resultado final es el fomento al desarrollo exponencial de nuevos negocios, así como la expansión del comercio en Honduras. Lo anterior, en contribución a una notable mejora en la economía del país, cuyo fin principal es garantizar la libre y transparente competencia entre diversos negocios que emprenden en rubros similares dentro del sector comercial/empresarial en Honduras.

Atipicidad, beneficios y desventajas del contrato de franquicia y franquiciado de marcas en Honduras

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

2.1. Análisis de la situación actual

Cabe reiterar que, en la actualidad, el contrato de franquicia no está tipificado en la ley hondureña vigente, sin embargo, tampoco hay normativa que prohíba o limite la

aplicación de dicho contrato por lo que en apego al artículo 714 del Código de Comercio de Honduras, se entiende que las partes podrán contratar libremente y, en consecuencia, plasmar condiciones y términos en un contrato o acuerdo, o bien un contrato de franquicia para la operación de un negocio si así lo acuerdan.

Fuente & Echarri (1999) señala que: *“una de las formas más modernas y dinámicas de distribución es la franquicia. La franquicia como técnica comercial de distribución, tiene sus orígenes en Norteamérica, a finales de los años 20, principios de los 30.”* (p. 84).

Los problemas (entre otros) a los que se enfrentan los empresarios e inversionistas hoy en día, al momento de operar un negocio de marca ajena a través de la concesión de los derechos para dicha operación a mediante la suscripción de un contrato de franquicia, es la falta de seguridad que el sistema jurídico y legislación vigente le otorga al usuario. Es preciso mencionar que esto aplica tanto para el franquiciante como el franquiciado en vista que ambos buscan el mismo fin, que claramente, resulta en lucrarse y/o incrementar su patrimonio a través de la operación de un negocio mediante la modalidad ya citada.

Es menester de este estudio hacer alusión al beneficio que el Estado de Honduras puede obtener al existir una normativa concreta del modelo aquí desarrollado. Lo anterior en torno a que se norman aspectos tributarios cuyo alcance es prevenir delitos fiscales por parte de los usuarios como ser, evasión de impuestos, lavado de activos, goce de derechos inadecuados, entre otros que más adelante se explicarán a detalle.

Entre los fines principales de la propuesta acá detallada, es generar un estado de libre competencia en el comercio nacional, sin beneficiar a uno u otro empresario o grupo económico de empresas, encaminado al fomento de una justa y equitativa rendición de cuentas frente al fisco. Es oportuno hacer mención a cierta exoneración de obligación de pago de impuestos determinados que el gobierno ha otorgado a un grupo económico de empresas, (situación actual de conocimiento público) resultante en un beneficio directo a dicho grupo económico de empresas actualmente titular de los derechos sobre fuertes marcas internacionales. Esta situación genera en consecuencia, un estado de desigualdad y funciona en detrimento de la libre competencia entre pequeñas y medianas empresas que emprenden en el comercio a través de la operación de negocios mediante el franquiciado de marcas locales y/o extranjeras.

La Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia tiene como fin supremo, tal y como lo establece textualmente el **artículo 1**: “*promover y proteger el ejercicio de la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor.*”⁵ La hipótesis planteada en el presente estudio, pretende impulsar directamente el cumplimiento de lo estipulado en dicha ley en el aspecto comercial/mercantil del sistema financiero en Honduras (entre otras leyes).

Por otro lado, es viable sugerir e impulsar la publicación de leyes que propiamente puedan regular la suscripción, aplicación y modo de operación del contrato de franquicia con base a la situación actual y las necesidades derivadas del fuerte incremento de negocios operados bajo esta modalidad alrededor del país. Es propicio tomar en consideración que la tendencia indica un crecimiento exponencial en el franquiciado de marcas. Simultáneamente, la creación de un ente regulador determinado que se encargue de velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos sugeridos, es una pieza fundamental para contar con un proceso definido para una mejor operación del modelo de negocios en estudio.

2.2. Teoría de sustento

Previo a continuar con un análisis exhaustivo respecto a la problemática aquí tratada, con el objeto de facilitar comprensión y obtener el mayor provecho de la investigación, es importante desarrollar una conceptualización clara de la terminología (referente al contrato de franquicia) que se utilizará frecuentemente en el curso de la investigación.

2.2.1 Conceptualización de términos

Fuente & Echarri (1999) establece que: “*El Contrato de Franquicia es el elemento esencial que regula las relaciones entre franquiciador y franquiciado, como contrato de compra exclusiva y/o de distribución en exclusiva, conteniendo, además, otros elementos que lo convierten un Contrato específico*”. (p. 84)

El concepto citado es de carácter enteramente doctrinal, que este investigador considera adecuado y preciso para definir puntualmente un contrato de franquicia. Es

⁵ Artículo 1 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia

oportuno hacer mención de los elementos esenciales de un contrato de franquicia que en esencia, se resumen de la siguiente manera: ⁶

- Atipicidad
- El Franquiciante o Franquiciador
- El Franquiciatario o Franquiciado
- El Saber Hacer o “*Know How*”
- El Contrato
- Licencia de Uso de Marca
- Regalía
- Comodato

Cuando se menciona el término: “atípico”, el mismo hace referencia a la carencia de regulación que expresamente contemple el contrato de franquicia en una norma sustantiva de la ley hondureña, sin embargo, el contrato se puede celebrar perfectamente en vista que cumple con los tres elementos esenciales de un contrato: consentimiento, objeto y causa, siempre y cuando se mantenga al margen de legal.

(Giron Cardenas, s. f.) Define el termino **Franquiciado** o **Franquiciatario** como: “Persona que realiza un determinado giro comercial de acuerdo a un convenio que lo vincula a otra (el franquiciante) que lo autoriza a tal efecto y quien ejerce sobre él cierta clase de control respecto de los elementos que transfiere para la realización del mencionado giro. Como señala Sherman, no se convierte en propietario de la franquicia al contratar con el franquiciante, porque si así fuera, no existiría tal relación de subordinación y de control.” (p. 14)

Ahora bien, el **Franquiciante**, es definido por (Giron Cardenas, s. f.,) como: “Persona propietaria de un giro comercial que incluye determinados ítems, tales como

⁶ El Contrato de Franquicia es de mutuo acuerdo y pretende beneficiar a las partes contratantes por igual. Se recomienda no dejar nada al arbitrio y que sea minuciosamente revisado por profesionales del derecho, recomendación que va directamente relacionada con la hipótesis del presente estudio cuya propuesta incluye la elaboración y publicación de normativa específica que pueda delimitar los aspectos que debe contener un Contrato de este tipo.

nombre(s), producto(s), marca(s), patente(s) de invención, know-how(s), etc., y que los pone a disposición de otra persona (el franquiciado)...” (p. 84).

Es importante conocer claramente la **Regalía o Royalty**. Una regalía o *Royalty*, se define simplemente como: la compensación o remuneración económica que obtiene el dueño de un derecho cuando alguien hace uso de éste. Esto quiere decir que, cuando una persona explota algún derecho de otra, debe pagarle regalías.⁷

La compensación o remuneración económica se refiere a los valores que establece la franquicia para entregar sus ventajas y servicios al franquiciado. Estos son variados: pueden ser el canon de inicio (también conocido como “*Initial Fee*”) y una regalía (o pago periódico), cuyo valor puede ser una cantidad fija o un porcentaje sujeto a variaciones, del volumen de ventas del producto comercializado en el negocio objeto del Contrato de Franquicia.

¿Por qué es importante conocer éste término cuya utilización es estrictamente contractual?

La Ley de Impuesto Sobre Ventas vigente establece que toda regalía o comisión será gravable con el Impuesto Sobre Ventas (ISV = 15%) por lo que, según diversas investigaciones de modelos de contratos de franquicia actualmente en uso en el país, se ha logrado constatar la utilización de términos que pretenden “disfrazar” una regalía como ser: “reconocimiento”, “ajuste”, “contribución” etc. con el fin de poder evadir o modificar los términos de la obligación de pago de dicho impuesto. Una correcta regulación del contenido que debe llevar el contrato, así como definición detallada de la mecánica que operacionalmente debe estipular dicho documento, disminuirá exponencialmente la exposición que tiene el fisco actualmente para con las partes contratantes, quienes se supone que maliciosamente practican la conducta detallada para beneficio propio. Por otro lado, la negociación afectaría a cada parte contratante de manera equitativa.

Marca: El artículo 82 de la Ley de Propiedad Industrial vigente define textualmente la “marca” de la siguiente manera: “Las marcas podrán consistir, entre otros, en denominaciones de fantasía, nombres, seudónimos, lemas comerciales, figuras,

⁷ Ver Anexo 1, Cláusula de Precio, p. 10 para ilustración.

retratos, letras, cifras, monogramas, etiquetas, escudos, estampados, viñetas, orlas, líneas, bandas, combinaciones y disposiciones de colores...”

Los contratos de franquicia, en su mayoría, incluyen una licencia o un contrato de Licencia de Uso de Marcas dentro del cuerpo de los mismos, mediante el cual se otorgan todos los derechos para el uso y goce de la marca del negocio que estará operando el franquiciado. En dicha licencia se establecen los términos, condiciones y ciertas limitantes que el licenciante/franquiciante determina para con el franquiciado o licenciario. Se estipulan rígidas sanciones en caso de incumplimiento, así como lineamientos que rigen la utilización de la marca en el país.⁸

Comodato: es el contrato por el cual una de las partes (comodante) entrega gratuitamente a la otra (comodatario) una cosa para que use de ella por cierto tiempo y se la devuelva a su término.⁹

En el caso del modelo relacionado en el Anexo 1 del presente documento, se incluye un Comodato de Inmueble y Equipos; este se incluye frecuentemente en los Contratos de Franquicia (no necesariamente), en vista que parte de las peculiaridades de dicho modelo es que el propietario de la marca (franquiciante) tenga siempre el control del punto donde se operará el negocio objeto del Contrato, razón por la cual se entrega en calidad de comodato el equipo o equipos utilizados para la operación del negocio. Asimismo, si este último es el propietario del inmueble, tendrá la facultad de sustituir al franquiciado si este ha incumplido ciertas condiciones pactadas en el Contrato, sin ningún tipo de exposición de que el mismo obstaculice su retiro del punto. (Lo anterior siempre está sujeto a los términos estipulados en el contrato de franquicia)

Los equipos e inmueble se entregan bajo dicha modalidad con el fin de que el franquiciante pueda determinar y tenga la potestad para remover o incluir nuevos equipos de acuerdo a la necesidad que el negocio tenga de utilizar estos últimos.

“Know How”: Entendido también como el “saber hacer”, es el conjunto de manuales y documentos que transmiten los conocimientos y experiencias de naturaleza

⁸ Ver Contrato de Licencia de Uso de Marcas contenida en el Anexo 1

⁹ El comodato no es un componente indispensable del contrato de franquicia, sin embargo, se detalla en el presente estudio en vista que los instrumentos utilizados (contrato incluido en el Anexo 1) con fines de ejemplificación y mejor entendimiento, incluyen un comodato por lo que se considera necesario definir dicha figura.

técnica, financiera, comercial o administrativa, necesarios para reproducir el funcionamiento de la cadena.¹⁰

2.2.2 Fuentes y teorías

Se utiliza como base y teoría de sustento (entre otras bases y sustentos), la propuesta del Sr. Andrés Felipe Quiroga Olaya quien ofrece en dicho estudio (dada la importancia que ha adquirido el contrato de franquicia en la dinámica comercial actual en la Comunidad Andina, América del Sur), una evaluación sobre la viabilidad jurídica de regular esta relación contractual en tal área geográfica en vista de la carencia de norma interna y la estructura de un ordenamiento jurídico comunitario encaminado a poder establecer un marco regulatorio preciso para el empleo de esta modalidad de negocio.

(Quiroga Olaya) (2012) manifiesta que:

“En muchos sistemas u ordenamientos jurídicos de los Estados miembros de la Comunidad Andina es atípico, pues ninguno lo regula de forma positiva y completa, toda vez que la mayoría de normas existentes en materia de autonomía de la voluntad, contratos, competencia, propiedad intelectual, e inversión extranjera regulan aspectos y temas generales aplicables a cualquier relación contractual doméstica o internacional, pero no aspectos sustanciales en concreto referentes al contrato de franquicia.” (p. 8).

La propuesta del Sr. Quiroga sugiere, entre otras disposiciones, tener presente que cuanto más completo sea el clausulado del contrato, menor será la exposición de que surjan conflictos posteriormente por indefinición o por falta de previsión.

La primera de estas cláusulas debe, según Quiroga, ser la relativa a la licencia sobre la marca otorgada por el franquiciador a favor del franquiciado. Por supuesto, tal marca deberá estar registrada en Honduras o en el territorio geográfico objeto de la franquicia, y el franquiciante debe ser el titular o licenciataria en exclusiva de la misma.

La segunda debería ser la relativa al “*know how*” y a la transmisión del mismo al franquiciado, con el suficiente detalle para que el franquiciado pueda explotar la franquicia con normalidad y siguiendo los procedimientos estandarizados por el franquiciante. A estos efectos, el “*know how*” debe estar recogido y perfectamente documentado en los manuales de la franquicia que se entregarán por el franquiciador al

¹⁰ <https://www.entrepreneur.com/article/263721>

franquiciado a la firma del contrato. Este elemento confirma que, efectivamente estamos ante un modelo de negocio contrastado y de éxito.

El modelo sugerido, debería contener una la cláusula relativa al deber de formación y asistencia del franquiciante al franquiciado. No sólo como formación inicial sino a lo largo de toda la relación de franquicia.¹¹

Otras cláusulas que se suelen incluir en el contrato, son: el ámbito territorial de la franquicia, la cláusula de confidencialidad o el pacto de no competencia durante el contrato de franquicia una vez finalizada dicha relación.

Otra fuente de sustento utilizada para el estudio aquí desarrollado es el documento denominado: “*Análisis y Propuesta de Regulación del Contrato de Franquicia en la Legislación Mexicana*” elaborado por el Sr. Alberto De La Fuente y De La Concha cuya postura se asemeja a la teoría detallada anteriormente y quien enfatiza que para que un negocio pueda crecer utilizando un modelo de franquicia, es indispensable que se disponga de los siguientes elementos exigidos desde el punto de vista jurídico:

De La Fuente y De La Concha (2003): “Un **modelo de negocio de éxito**. El negocio objeto de la franquicia debe gozar de una trayectoria exitosa demostrable y el franquiciador deberá contar, como mínimo, con un establecimiento en funcionamiento.

En el curso de la investigación se entrará a detalle y se presentará un análisis comparativo de ambas propuestas cuyo propósito es alcanzar un punto intermedio y partiendo de dichas propuestas, situación actual, jurisprudencia internacional, marco regulatorio vigente en el país y necesidades observadas con base a experiencia en la operación de franquicias, poder impulsar la creación y posterior publicación de leyes y reglamentación específica para el contrato de franquicia en Honduras.

2.4 Instrumentos utilizados

En aras de hacer alusión y con fines ilustrativos (como ya señalado), se acompaña al presente, un modelo de contrato de franquicia, contenido en el apartado denominado: “Anexo 1”. Dicho modelo es actualmente utilizado para regular la operación de una marca nacional de Estación de Servicio (Gasolinera) mediante el cual una empresa titular de los

¹¹ Ver Anexo 1 para mayor referencia

derechos de una marca, otorga la operación de un establecimiento comercial a un tercero (franquiciado) a través de la modalidad de franquicia.

Éste instrumento se utiliza como modelo con fines ilustrativos para el presente estudio en vista que es conocimiento de este maestrante que el mismo es actualmente aplicado y utilizado por dos partes (franquiciante y franquiciado) y el cual hace clara alusión a diversos aspectos tratados en el presente estudio como ser: la inclusión de una Licencia de Uso de Marca y un Comodato de Inmueble y Equipos.

Por otro lado, se puede apreciar una clara demarcación libre y sin límite de negociación de condiciones acordadas entre las partes que en muchos casos tienden a ser propensas a generar conflictos que podrían ser prevenidos a través de un marco regulatorio definido para la redacción, aplicación y operación de negocio a través de una franquicia.

Asimismo, se aplicarán las citadas entrevistas e interrogatorios a personas y/o colaboradores de empresas con vasta experiencia en la operación de franquicias, tanto a franquiciantes como a franquiciados. Para lo anterior se han diseñado dos modelos de entrevistas mixtas cuyo objetivo es discernir sobre ciertas puntos clave que podrán probar lo planteado en la hipótesis del presente estudio.¹²

2.5 Marco legal

Se reitera que el presente estudio tiene como propósito la tipificación expresa del contrato referido; el enriquecimiento y refuerzo de normativa jurídica que estipule un marco regulatorio determinado en aras de proveer seguridad jurídica y en general, en todo aspecto para todas las partes involucradas con la ejecución de un contrato de franquicia. Es menester de este investigador, hacer referencia a diversas normas vigentes relacionadas en el curso de este acápite (Marco Teórico), como en el resto del cuerpo de la investigación.

En primera instancia, el Código de Comercio cuya labor es regular relaciones mercantiles y de comercio entre personas naturales o jurídicas, así como el Código Civil de Honduras quien regula actos entre civiles.

¹² Ver Anexo 2 (Entrevistas)

En segunda instancia, la Ley de Impuesto Sobre Ventas y Código Tributario y sus Reglamentos vigentes, que evidentemente enmarcan actividades llevadas a cabo tras la operación del día a día del modelo de negocio en estudio, con base a los términos ya descritos como ser, el pago y recepción de compensaciones económicas por la contraprestación de un servicio, entre otros.

Por otro lado, y encaminado al enmarcamiento de la ley referente a la utilización y titularidad de derechos sobre marcas nacionales e internacionales, se exponen aseveraciones en apego a la Ley de Propiedad Intelectual.

Atipicidad, beneficios y desventajas del contrato de franquicia y franquiciado de marcas en Honduras

CAPÍTULO III – METODOLOGÍA

3.1. Procesos de investigación y metodología empleada

La estrategia metodológica para una investigación contiene varios elementos que deben ser tomados en cuenta, algunos esenciales y otros en segundo plano que en conjunto

resultan en la solución potencial propuesta con el objeto de contribuir a solventar la problemática planteada inicialmente y van encaminados al cumplimiento de los objetivos establecidos en el Capítulo I del estudio en curso.

3.1.1. Matriz - Congruencia metodológica

A continuación, se expone una matriz cuya finalidad, como su nombre lo indica, es dar a conocer el grado de congruencia que tienen los diferentes elementos definidos para el desarrollo de la investigación aquí tratada, así como la presentación de una síntesis de la investigación a manera de comprobar una secuencia lógica del procedimiento seguido.

Asimismo, funciona como herramienta para la organización de cada una de las etapas del proceso a seguir:

Tema de Investigación	Objetivo Principal	Aspectos que Definen el Problema	Interrogantes Puntuales a Resolver	Instrumentos Utilizados para Recolección de Datos
<i>Atipicidad, Beneficios y Desventajas del Contrato de Franquicia y Franquiciado de Marcas en Honduras</i>	Plantear potenciales soluciones realistas para resolver el problema definido, con base a las necesidades del comercio y de la economía en general a través de: la investigación exhaustiva, estudio de legislación internacional, consultas y asesoría por parte de empresas multinacionales que se apegan a legislaciones de cada país en la región con el fin de	1. Atipicidad del contrato de franquicia en la legislación hondureña vigente.	1. ¿Cómo afecta al comercio, a los empresarios y al estado en general, la atipicidad de las franquicias o contratos de franquicia?	1. Entrevistas a partes involucradas en la operación de una franquicia. (franquiciante y franquiciado con experiencia) sobre su opinión respecto a la tipificación del contrato de franquicia. Los obstáculos enfrentados derivados de la atipicidad y beneficios que pudiera obtener de una debida tipificación.

<p>poder realizar aportes y contribuciones significativas para la mitigación gradual de la problemática planteada.</p>	<p>2. Carencia de normativa de los elementos relacionados con la operatividad de un negocio bajo la modalidad de franquicia.</p>	<p>2. ¿Qué beneficios obtendrían los comerciantes y el país en general si existiese un marco legal y ente regulador definido para la aplicación de contratos de franquicia?</p>	<p>2. Preguntas (en entrevista) sobre los problemas y/o conflictos legales/económicos que genera la operación del negocio producto de la ausencia de una norma sustantiva que se encargue de regular el contrato.</p>
	<p>3. Impacto económico que ocasiona dicha atipicidad en el crecimiento de la economía e inversión en el país por parte de empresarios extranjeros y nacionales</p>	<p>3. ¿Qué medidas se deberían tomar para poder subsanar dicha ausencia de legislación referente a las Franquicias?</p>	<p>3. Revisión de contratos de franquicia vigentes y que actualmente se utilizan para la operación del modelo de negocio.</p>
	<p>4. Beneficios derivados de la expansión del comercio a través de la franquicia en Honduras.</p>	<p>4. ¿Cuáles son las posibles soluciones realistas que pudieran apoyar a resolver los problemas planteados?</p>	<p>4. Opiniones del investigador según experiencia en conflictos legales generados por la atipicidad del contrato de franquicia.</p>

3.1.2. Tipo de investigación y alcance

Ésta investigación pretende utilizar diversos métodos de recolección de datos e información para ilustrar claramente el fenómeno legal planteado y a la vez respaldar la

solución planteada en el cuerpo del trabajo a través del análisis y evaluación de dicha información. Hernandez-Sampieri (2018) define textualmente la investigación como: “*el conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema con el resultado (o el objetivo) de ampliar su conocimiento.*” (p. 4).

¿Qué alcance tiene la investigación en curso?

La mayor parte de metodólogos señalan que existen cuatro tipos de alcance. A continuación, una breve reseña de lo que consiste cada uno de ellos:

1. **Alcance Exploratorio**
2. **Alcance Descriptivo**
3. **Alcance Correlacional**
4. **Alcance Explicativo**

El estudio contempla un alcance explicativo, en vista que es posible identificar causas y soluciones potenciales a la problemática acá tratada, entre ellas, no solamente la ausencia de un marco regulatorio definido, si no, la dificultad para regular una actividad que, según las tendencias, solamente aspira a crecer en vista de las facilidades que brinda a los usuarios para poder expandirse en el comercio. Por otro lado, a través de los instrumentos utilizados para la recolección de datos, es posible hacer un estudio y evaluación del comportamiento de una variable al modificar otra. En este caso, la operación de un negocio a través de la modalidad de franquicia sin estar tipificada en la ley y la aplicación del contrato referido operacionalmente en apego a una norma que enmarque todos las variables y aspectos que conlleva la operación de un establecimiento comercial a través de esta modalidad de negocio y cuyos términos y condiciones son plasmados en un contrato de franquicia según lo acordado por las partes contratantes y la ley que lo regule.

Asimismo, se identifican las causas y posibles soluciones a través de interrogatorios que se llevarán a cabo a diversos empresarios que en la actualidad manejan uno o más negocios a través del franquiciado de marca, interrogatorio verbal y encuesta en las cuales, a través de preguntas puntuales, se podrá levantar una estadística de los

problemas más comunes que enfrentan dichos usuarios por no existir un marco regulatorio adecuado para dicho contrato.

Es entendido que el alcance de la investigación no se limita a lo mencionado en los párrafos que anteceden, se extiende también a la revisión exhaustiva de algunos modelos de contratos de franquicia utilizados actualmente por diversas marcas fuertes que deciden emprender en el camino del franquiciado de su marca a un tercero (franquiciado), con esto y en base a experiencia de este investigador, es posible formar un criterio sólido respecto al resultado de la aplicación de la solución propuesta en el país.

3.1.3. Enfoque de la investigación

Es viable denotar que en el curso de la investigación se podrá observar el empleo de un enfoque o ruta cualitativa, en vista que se considera como la ruta adecuada para poder cubrir los campos y fuentes de información necesarias para probar la veracidad de la solución potencial planteada.

La recolección de información, datos y su respectivo análisis forma parte de los procesos a seguir para indagar acerca del fenómeno legal en tratamiento. Asimismo, el estudio y análisis concreto de contratos de franquicia vigentes y actualmente utilizados con el fin de identificar posibles contingencias, riesgos que según experiencia de este investigador es posible mitigar a través de la tipificación del mismo.

El método comparativo y el método intuitivo junto con la lógica y experiencia son herramientas aplicadas para realizar el respectivo proceso de recopilación y análisis de la información recolectada en la presente investigación.

El **método comparado o comparativo** consiste en esencia, en poner dos o más fenómenos, uno al lado del otro, para establecer sus similitudes y diferencias y de ello sacar conclusiones que definan un problema o que establezcan caminos futuros para mejorar el conocimiento de algo. En este caso, la comparación se lleva cabo entre la aplicación de un contrato que se pacta entre partes sin ningún lineamiento o limitante que regule lo acordado en él. Tampoco para todas las actividades que conlleva la operación de un negocio bajo la modalidad tratada del cual derivan múltiples obligaciones de índole legal – tributaria/fiscal y demás establecidas anteriormente en el estudio.

El resultado de hacer esta comparación detallada contribuye a la formulación de una potencial solución al problema descubierto, en vista que detalla puntualmente los beneficios que las partes involucradas tienen con dicha aplicación.

3.2. Técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información

3.2.1. La entrevista e interrogatorio verbal

Evidentemente, tal y como se detalla en la matriz de congruencia contenida en el presente acápite, se estará recolectando información a través del entrevistado de diversas figuras que más adelante se puntualizarán con el objeto de conocer su opinión respecto a la operación de una franquicia, sus beneficios/ventajas y desventajas según experiencia.

La **entrevista** consiste básicamente en un diálogo entablado entre dos o más personas, se enfoca en la obtención de información oral de parte de una persona que se realiza por un entrevistador (en este caso, el investigador), cara a cara y se realiza a una persona/muestra de estudio determinada (en este caso, franquiciantes y franquiciados)

En vista que la presente investigación, persigue un enfoque de carácter cualitativo, se considera pertinente utilizar **la entrevista** como herramienta que permita conocer opiniones reales de personas que viven día a día la aplicación de esta modalidad de negocio y a quienes impacta de manera directa la situación actual descrita. Simultáneamente, y según dicte el curso de la entrevista (de carácter mixto), se podrán hacer diversas preguntas originadas en el momento, que enriquezcan las respuestas brindadas por cada persona entrevistada.

3.3.1.1 Muestra y población de estudio

La población de estudio consiste básicamente en: colaboradores de empresas que cuentan con amplia experiencia en el rubro de operación de negocios bajo la modalidad de franquicia y que cuentan con cuatro a ocho años de antigüedad desempeñándose en dichas actividades de operación, puntualmente de tiendas o centros de conveniencia y estaciones de servicio (gasolineras) en Honduras.

Se eligieron dichas muestras en vista que la propuesta del presente estudio surge de las necesidades derivadas de la no regulación del contrato y sus efectos para con las partes contratantes y se considera como la mejor o más óptima retroalimentación que

provenga directamente de las personas que cotidianamente se enfrentan a diferentes retos, producto de la atipicidad del contrato de franquicia.

3.2.2. Estudio de modelos de contratos de franquicia utilizados en la actualidad

Por otro lado, la revisión de modelos de contratos de franquicia utilizados actualmente por marcas nacionales y/o extranjeras, es parte fundamental de la presente investigación.

De esta manera y con base a experiencia de este investigador en resolución de conflictos legales suscitados en su mayoría, de la atipicidad del contrato de franquicia, se logra identificar claramente las contingencias, riesgos y exposiciones que muchos de los contratos utilizados en la actualidad contienen a causa de la atipicidad descrita y que la mitigación de dichos aspectos son producto de la aplicación a la solución aquí planteada.

3.2.3. Lectura y análisis de legislación internacional como fuente de información

El estudio de leyes y tratados internacionales que sí contienen una debida regulación del contrato, fungirá como sustento real de que en efecto, una debida tipificación del contrato aquí estudiado, contribuiría fuertemente en solventar la problemática en estudio en beneficio a todas las partes involucradas, incluyendo al mismo estado de Honduras y en consecuencia, un fomento a la inversión local y extranjera para el crecimiento de negocios en vías de desarrollo.

3.2.4. Observación de procesos en instituciones estatales

Por último, pero no menos importante, la observación y estudio de procesos que se llevan a cabo en instituciones estatales, producto de la operación del día a día de un negocio operado bajo la modalidad de franquicia fortalecerá el criterio aquí remarcado.

Las instituciones a visitar incluyen las siguientes:

- Servicio de Administración de Rentas (SAR): por asuntos y obligaciones tributarias derivadas del Contrato de Franquicia.

- Secretaría de Desarrollo Económico: el correcto registro de marcas y licencias otorgadas a terceros.
- Alcaldía Municipal del Distrito Central (AMDC): procesos a seguir para declaraciones de industria y comercio (volumen de ventas)
- Cámara de Comercio: proceso para registro de Contratos
- Mi Ambiente y Unidades Municipales Ambientales: por asuntos de permisología requerida, verificar sobre quien recaen obligaciones de esta índole.
- Otras instituciones que se ven involucradas y que dictaminan sobre procesos a los que se obligan las partes contratantes.

3.3. Plan de análisis de información recolectada

La información recolectada a través de los diversos canales o herramientas para la recopilación de datos detallados, será evaluada por este investigador de manera coherente e ilustrativa con el fin de probar la hipótesis planteada.

La tabulación de datos recogidos mediante las entrevistas realizadas, serán interpretados y analizados de manera exhaustiva para posteriormente indagar sobre las propuestas de mejora a plantear. Asimismo, ciertos datos se reflejarán en gráficas que muestren tendencias según indicadores proporcionados por colaboradores de empresas que poseen vasta experiencia en la operación de franquicias en Honduras.

Los interrogatorios encaminan la ampliación y enriquecimiento de conocimiento acerca de los conflictos que enfrentan las partes contratantes al momento de operar una franquicia en el país cuya opinión funge como fuente de información que resalta las necesidades de dichas partes en la operación diaria.

Las notas y observaciones de este investigador sobre los procesos que se llevan a cabo en diversas instituciones estatales, pretenden fomentar la simplificación de procesos en pro de una eficiente operación de la modalidad de franquicia en Honduras.

Atipicidad, beneficios y desventajas del contrato de franquicia y franquiciado de marcas en Honduras

CAPÍTULO IV – RESULTADOS Y ANÁLISIS DE DATOS

4.1. Recolección de información a través de entrevistas e interrogatorios

El presente acápite del estudio, tiene como objetivo, el muestreo y análisis de la información recolectada a través de dos instrumentos seleccionados para la obtención de datos relevantes: la entrevista de tipo mixto o semiestructurado e interrogatorios verbales

para ampliar opiniones, cuyo fin es soportar la hipótesis planteada inicialmente y respaldar la necesidad de atención existente a la problemática aquí tratada.

La recolecta de información proporcionada por terceros con amplia experiencia en la operación de un negocio a través de la franquicia, permite el enriquecimiento de conocimientos acerca de las necesidades referidas, con base a la experiencia del día a día de las personas entrevistadas.

La data recolectada, fue obtenida mediante el entrevistado a personas naturales tal y como se aprecia en el **Anexo 2** del presente documento, en su mayoría, realizadas a colaboradores de empresas franquiciantes y/o franquiciadas que otorgan en franquicia u operan una o varias tiendas/centros de conveniencia y estaciones de servicio (gasolineras) de distintas marcas a nivel nacional. A su vez, dichos establecimientos cuentan con una estructura organizacional completa para la operación de los negocios en mención, cualidad que les permite poder brindar una mejor apreciación con base a casos reales.

Por otro lado, es un soporte que amplía la hipótesis planteada sobre los beneficios, ventajas y virtudes de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia e ilustra, con base a casos reales, las necesidades y complicaciones derivadas de la atipicidad y falta de claridad del marco jurídico de la ley en cuanto a normas sustantivas y procesales que refuercen una efectiva supervisión por parte del ente regulador.

4.1.2 Resultados y análisis de información recolectada a través de entrevistas a franquiciantes y franquiciados de negocios en Honduras

Existen variaciones entre los tipos de entrevistas que se pueden realizar a las personas utilizadas como muestra, en función de la estructura y formato, en esta ocasión, todas las entrevistas realizadas son de tipo mixto o semiestructurado en vista que este investigador aplicará una estrategia mixta que consta por una parte de la realización de preguntas abiertas al candidato y por otra se seguirá una serie de cuestiones predeterminadas con las que se consigue profundizar en los aspectos relevantes de este estudio.

Las muestras entrevistadas son:

- Tres colaboradores de empresas (marcas nacionales franquiciantes) que han incursionado en el franquiciado de marcas a nivel nacional y que se han sometido a la entrevista, en adelante y para mayor facilidad, denominada: “Entrevista A”
- Cuatro gerentes/propietarios de empresas (franquiciados) que operan los negocios mencionados a través del franquiciado de una marca ajena, que se han sometido a la entrevista, en adelante denominada: “Entrevista B”.

En primera instancia, es oportuno resaltar que todas las personas entrevistadas poseen amplia experiencia en el rubro y se encuentran en un rango de entre 4 y 8 años de antigüedad en la operación de los negocios referidos.

En segundo plano, es viable destacar que los cuatro franquiciados sometidos a la entrevista B, coinciden en que el **crecimiento, adquisición de experiencia y posibilidades de expansión empresarial** son los factores primordiales que les ha impulsado a emprender e invertir en una franquicia. Lo anterior soporta lo detallado en los acápites anteriores del presente estudio en torno a que la franquicia evidentemente impulsa y apoya el crecimiento de pequeños y medianos negocios que, por la carencia de experiencia, conocimientos y fama comercial, y en muchas ocasiones capital, obstaculiza y dificulta el crecimiento del negocio. La franquicia pretende ser una herramienta muy eficiente que permita a dicho sector empresarial, crecer de una manera segura y constante.

Es posible manifestar que las entrevistas de ambos tipos (A y B) realizadas, claramente reflejan una semejanza y coincidencia en cuanto a los **beneficios y ventajas** que ambas partes consideran que obtienen con la operación de negocios bajo dicha modalidad, en síntesis, es oportuno destacar las siguientes:

Entrevistas A:

- Reducción de riesgos en la inversión de un negocio.
- Se realizan negociaciones favorables con proveedores de los productos comercializados, que benefician tanto a los franquiciantes como a franquiciados en vista que generan un mayor margen de ganancia para ambas partes.
- Crecimiento y expansión segura y más rápida de sus negocios.

- Lealtad del cliente en cuanto a la marca, entre mejor opere un franquiciado, mejor fama comercial obtendrá la marca dentro del rubro.

Entrevistas B:

- Menor inversión en un negocio
- Mayor rentabilidad en cuanto al capital invertido.
- Posicionamiento de marca.
- Franquicia proporciona “*know how*” para la operación de los negocios.
- Participación de promociones realizadas por el franquiciante.
- Lealtad del cliente a la marca de la franquicia.
- Alianzas estratégicas con otras empresas.

Los resultados de la consulta realizada a ambas partes, claramente reflejan coincidencia de opiniones en cuanto a los beneficios derivados de la operación de un negocio bajo dicha modalidad, razón por la cual este investigador considera que efectivamente la franquicia es un método que proporciona facilidades para el crecimiento empresarial y desarrollo del sector comercial/económico en el país.

Ahora bien, es importante conocer la opinión de las partes involucradas respecto a las desventajas de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia, que, si bien es cierto y como ha sido reiterado, la franquicia propicia un ambiente que permite el crecimiento de la mano tanto del franquiciante como del franquiciado, la misma no es perfecta y en diversas ocasiones puede generar algún tipo de inconformidad para las partes.

En ambas entrevistas se realizó la siguiente consulta: “*A su criterio, ¿cuáles son las desventajas de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?*”

Se obtuvieron algunas respuestas coincidentes y otras que derivan de un caso específico en el que se ha visto involucrada la persona entrevistada pero que giran en torno a inconformidades similares resumidas a continuación:

Entrevistas A:

- Se debe contar con un capital de inversión bastante fuerte.

- Dificultad con lograr que el franquiciado cumpla con lo requerido por el franquiciante en cuanto a lineamientos de marca o políticas para la operación del negocio.
- Generación de conflictos por el desacato de instrucciones por parte del franquiciado.
- Demanda de tiempo y rigidez para con el franquiciado.

Entrevistas B:

- Pago de regalías o royalties excesivas fuera de la capacidad del franquiciado.
- Políticas, normas y lineamientos demasiado complejos que ocasionalmente dificultan el crecimiento del franquiciado.
- Metas muy altas y no realistas establecidas por el franquiciante que, en ocasiones, perjudican al franquiciado en vista que se ven sancionados.

Las **desventajas** que representa la operación de un negocio como franquicia, como se puede apreciar, son en su mayoría de carácter subsanable; es opinión de este investigador que, al aplicar la propuesta planteada de regulación del contrato, podría permitir la creación de soluciones a manera de: el establecimiento de parámetros para el cobro de regalías, exigencia de cumplimiento de metas y generar un ambiente propicio para crecimiento equitativo de ambas partes. Más adelante, se ahondará en dicho tema como complemento de la propuesta de mejora planteada.

Posteriormente, se procedió a consultar a ambas partes, si habían tenido algún tipo de conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia. Las personas sometidas a las entrevistas, manifestaron que ninguno había tenido algún conflicto legal excepto un franquiciante y un franquiciado, ambos detallan que dicho conflicto fue resuelto mediante el dialogo y conciliación entre las partes. Más adelante se podrá apreciar que la mayoría de personas entrevistadas coinciden en que se debería crear una ley que regule el contrato de franquicia, así como un ente regulador que supervise la operación de negocios bajo la modalidad en discusión, mismos que regularían los procesos para la resolución de conflictos entre partes involucradas.

Como soporte de lo planteado al inicio del presente estudio, se consultó a ambas partes las medidas que consideran que el gobierno de Honduras podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad franquicia, la opinión de las siete muestras radica en lo siguiente:

- Facilidades y beneficios fiscales en cuanto a:
 - Pago de impuestos y/o tasas administrativas impositivas que beneficien **tanto a franquiciantes como a franquiciados.**
 - Tasas de interés preferenciales para la obtención préstamos o capitales de inversión ante instituciones financieras públicas y privadas.
 - Consideraciones en el pago de impuestos en los primeros años de operación.
 - Créditos blandos especializados para el rubro.
- Simplificación de procesos para la obtención de permisos exigidos por ley para la operación de un negocio.
- Capacitaciones constantes que puedan retroalimentar sobre cuáles son los permisos y procesos a seguir para poder obtener los mismos.

Se consultó de manera verbal al entrevistado, textualmente la siguiente interrogante: *¿Cuál es el nivel de importancia que usted atribuye, según su experiencia, a las labores de creación de un ente regulador que supervise las actividades llevadas a cabo para la correcta operación de un negocio como franquicia, así como la tipificación de un contrato de franquicia?* 5 es la puntuación más alta y 1 la más baja, es decir, que definitivamente opina que no hay necesidad alguna de desarrollar dicho proyecto.

De las siete personas entrevistadas, la puntuación más baja fue 3.5, como se ve reflejada en el gráfico, atribuida por la segunda persona sometida a la entrevista de tipo B a pesar de dicha puntuación, es preciso denotar que para poder establecer las medidas sugeridas (incentivos fiscales y reducción en el pago de impuestos), es necesaria que exista un marco jurídico claro respecto a los beneficios que otorgue a un franquiciante o un franquiciado.

4.2. Propuesta para el fomento a la expansión de negocios a través de la franquicia

La propuesta de mejora consiste en impulsar la tipificación del contrato de franquicia a través de la creación de una ley sustantiva específica cuyo fin, entre otros, es en esencia, normar sobre los términos y condiciones bajo los cuales deberá suscribirse un contrato de franquicia para la operación de un negocio bajo dicha modalidad en Honduras a fines de evitar la firma de contratos leoninos y de fomentar el crecimiento del pequeño y mediano empresario a nivel nacional de manera segura.

Asimismo, dicha ley deberá promover:

- Igualdad de condiciones entre las partes, fomento y apoyo al crecimiento del pequeño y mediano empresario a través de incentivos y/o beneficios fiscales que deberán aplicarse a las partes involucradas de manera equitativa.
- Apoyo con la banca tanto pública como privada respecto a que permita que éstas otorguen a los interesados, tasas de intereses preferenciales para la obtención de fondos para la inversión en negocios que operen bajo la modalidad de franquicia.

Por otro lado, se propone que dicha ley estipule la creación de un ente regulador cuyas funciones, entre otras, serán las de velar por el fiel cumplimiento de la ley en mención, así como de las disposiciones de ley generales en el país.

Se propone que se contemple la simplificación y unificación de procesos respecto a la permisología requerida para la correcta operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia; dicho ente permitirá a las partes involucradas tener mayor acceso a información, se encargará de brindar capacitaciones y asesoría a las partes con el objeto de que todos los franquiciantes y franquiciados a nivel nacional se encuentren enterados de las disposiciones estipuladas en dicha ley, que deberán siempre ir en torno a beneficiar y fomentar el crecimiento empresarial de ambas partes en el comercio.

La segunda parte de la propuesta consiste en la modificación y establecimiento de un contrato de franquicia marco, estándar o de carácter genérico en el cual se contemplen los siguientes aspectos al margen de la norma sugerida:

- Un aporte pecuniario inicial por parte del franquiciado que deberá regirse acorde a una tabla que establezca la ley de montos por rubro comercial. (mejor conocido como “*Initial Fee*” o “*Royalty*”) para pagar al franquiciante los derechos para explotar la marca objeto del contrato.¹³
- ¹⁴Como contraprestación, establecer las obligaciones de manera equitativa a las que ambas partes se comprometen con base a proyecciones y estudios financieros que permitan establecer metas realistas según el negocio crezca. Lo anterior en aras de evitar montos impositivos demasiado altos.
- Clausulado que permita revisión del modelo de negocios de forma anual con el objetivo de poder actualizar proyecciones con base al comportamiento del negocio como método preventivo que proteja los derechos que puedan verse vulnerados por proyecciones que no se están cumpliendo y que son sujetas a cambios por variables que las afecten en el curso del negocio.
- Cláusulas de salida o rescisión anticipada del contrato predeterminadas, que deberán contemplarse en la norma recomendada, por rubro de negocio. Actualmente, las cláusulas de salida generalmente benefician a una u otra parte únicamente; se establecen altas penalidades fuera de la capacidad, generalmente del franquiciado.
- Inclusión de penalidades por desacato a los lineamientos y políticas establecidas por la marca en vista que lo anterior puede afectar el nombre e imagen de tal marca. Las penalidades deberán ser reguladas por la norma con el fin de que se establezcan penalidades demasiado duras o impagables.
- Apertura para renegociaciones en aras de llevar adelante el negocio con apoyo del franquiciante si es necesario. Actualmente, es bastante complicada la renegociación de términos comerciales en la mayoría de contratos de franquicia suscritos.

Es entendido que el contrato marco deberá atender las necesidades según el rubro de negocio al que se aplique (como ser franquicias comidas rápidas, hoteles, tiendas etc.)

¹³ La inclusión de dicha tabla en la ley permitirá mantener uniformidad en cuanto a los montos que se pactan en cada contrato, promoviendo la libertad de competencia e igualdad de condiciones.

¹⁴ Regularización del cobro de regalías con base a porcentajes conservadores de ventas brutas del negocio

sin embargo, el establecer dichos límites permite la suscripción de un contrato en igualdad de condiciones y que propicie una relación comercial sana en torno a que ambas partes puedan prosperar en el rubro en que incursionen.

La aplicación de esta propuesta pretende impulsar el comercio y apoyar el crecimiento de la economía en el país, fomentando mayor inversión extranjera y nacional para emprender en el camino del comercio de manera segura, constante y al margen de lo establecido por la ley en Honduras.

CONCLUSIONES

1. La atipicidad del contrato de franquicia en la ley hondureña, en diversas ocasiones, dificulta los procesos para la correcta operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y resulta en conflictos complicados de resolver, debido a la falta de una norma sustantiva que establezca un proceso determinado para la resolución de conflictos derivados de la operación de una franquicia. Asimismo, dicha ausencia de un marco jurídico regulatorio definido, propicia la suscripción de contratos leoninos y que muchas veces favorecen a una de las partes involucradas, razón por la cual se concluye que la aplicación de la propuesta planteada, mitigaría de manera gradual los riesgos y exposiciones enlistados, en busca de generar un ambiente propicio para la expansión de negocios en el comercio de Honduras.

2. La implementación y puesta en marcha de la propuesta planteada permite que la operación de franquicias en Honduras pueda funcionar de manera organizada y expandirse en un entorno que provea seguridad jurídica y económica a las marcas que buscan prosperar en dicho rubro, extremo que atraerá mayor inversión, tanto extranjera como nacional, volviéndose Honduras, un “blanco” atractivo para inversionistas que busquen crecer a través de dicha estructura de negocio.

3. Por otro lado, es viable concluir que la operación de negocios bajo la modalidad de franquicia, regulada por la suscripción de un contrato de franquicia correctamente tipificado, se convierte en una herramienta eficiente que permite el crecimiento de pequeñas y medianas empresas cuya carencia de conocimiento y/o experiencia, así como de capital de inversión en esencia, obstaculiza su expansión al ritmo deseado.

4. Que la propuesta de contenido que se sugiere se incluya en un modelo contrato de franquicia estándar o genérico, mitigaría los riesgos para las partes contratantes en cuanto a: dificultad con cumplimiento de lineamientos impuestos, pago de regalías o royalties onerosos y excesivos, imposición de metas muy altas y no realistas, sanciones muy rígidas, términos para salida o rescisión anticipada del contrato entre otras, las cuales podrían ser mitigadas a través del establecimiento de parámetros enmarcados por la ley y definidos en dicho modelo de contrato.

Existe conciencia que la labor de creación de una ley sustantiva, así como un ente regulador que provea seguridad jurídica al empresario en el rubro, no es simple ni sencilla y siempre hay una limitante que se debe tomar en cuenta, que es la negligencia que usualmente tiene el funcionario público en general para asistir a la empresa privada, extremo que pudiese obstaculizar una eficiente aplicación de la ley sugerida.

Con base al estudio desarrollado en la presente investigación, los datos recolectados y análisis exhaustivo dedicado, es preciso determinar que la correcta tipificación de un contrato de franquicia proporciona un marco regulatorio claro y cuyo objetivo es propiciar un estado de igualdad de condiciones entre las partes involucradas en la operación de un negocio y con enfoque a fomentar y asegurar crecimiento e inversión al margen de la ley hondureña.

Recomendaciones

1. El pequeño o mediano empresario tiene como fin supremo, el desarrollo de un negocio sostenible que genere un lucro para incrementar su patrimonio y poder vivir de dichos ingresos y crecer en el rubro de elección. Por tal razón, se reitera que las franquicias son un canal eficiente que promueve la expansión de dichos negocios a gran escala y en mucho menor tiempo por lo que la debida tipificación del contrato es una necesidad latente, con base a lo que el desarrollo del presente estudio ha probado.

2. La recomendación ha sido planteada en diversos acápite del presente estudio, en síntesis, radica en la estructuración de un marco legal determinado que provea seguridad jurídica y económica para el empresario que ha emprendido en este rubro del comercio y la implementación de un modelo de contrato de franquicia cuyos parámetros sean determinados por la norma sugerida, de tal forma que se promueva la libre competencia.

ANEXO 1 – MODELO DE CONTRATO DE FRANQUICIA

CONTRATO PRIVADO DE FRANQUICIA DE ESTACIÓN DE SERVICIO

Este Contrato de Franquicia de Estación de Servicio es suscrito por y entre:

La Sociedad **XXXX**, representada por sus Apoderados en Administración **XXXX** mayor de edad, Ingeniero Químico Industrial, de nacionalidad **XXX**, con residencia legal en Honduras y carné de residente número **XXXX** y **XXXX** quien es mayor de edad, Arquitecto, casado, de nacionalidad guatemalteca y con carné de extranjero residente número **XXX**; sociedad con registro tributario número **XXXX** y que para los efectos de ese contrato se denominará **EL FRANQUICIANTE**; y,

El Sr. **XXXX**, quien es mayor de edad, [nacionalidad] [profesión] del domicilio de la ciudad de **XX**, departamento de **XX** y quien cuenta con tarjeta de identidad No. **XXXX-XXXX-XXXX** actuando en su condición de Representante Legal de la Sociedad Mercantil denominada **XXXX** constituida de conformidad a las leyes de la República de Honduras, debidamente inscrita [antecedente registral de constitución] objeto de este Contrato de Franquicia y quien para los efectos del presente Contrato se denominará como **EL FRANQUICIADO**.

CONSIDERANDO: Que **EL FRANQUICIANTE** es propietario de un Bien Inmueble y está en legítima posesión del sitio donde se encuentra ubicada la Estación de Servicio denominada **XXXX** con dirección: **XXXX**

CONSIDERANDO: Que **EL FRANQUICIADO** posee la experiencia y el conocimiento necesario para operar y brindar todos los servicios propios de una Estación de Servicio de venta de Combustibles.

CONSIDERANDO: Que **EL FRANQUICIANTE**, posee experiencia demostrada, calificaciones técnicas y experiencia en el sector de combustibles.

CONSIDERANDO: Que **XXXXX** es la empresa autorizada como distribuidora exclusiva de los combustibles y derivados del petróleo comercializados bajo la Marca **XXX** en el bien inmueble anteriormente descrito.-

POR TANTO: De conformidad con las premisas y pactos recíprocos aquí establecidos, las partes hemos convenido en celebrar el presente Contrato que se registrará por las leyes de la República de Honduras, y por las siguientes:

DEFINICIONES:

A efectos de este Contrato, las palabras que se inician en mayúscula y que se citan a continuación tienen el significado indicado en el mismo.

Las palabras definidas en otras cláusulas aparecerán entre paréntesis y comillas y tendrán el significado indicado por las palabras que inmediatamente preceden a dicha palabra definida de acuerdo al contexto. Las palabras que figuran en mayúscula y que no se encuentran definidas en este Contrato y en los documentos que forman parte de este Contrato serán entendidas conforme a las definiciones que existen

en el Código de Comercio y supletoriamente por lo que establece el Código Civil y demás leyes y reglamentos aplicables.

Si no existen definiciones, se atenderá al sentido natural de las palabras.

El sentido de las palabras deberá entenderse en el contexto de este Contrato.

A continuación las definiciones:

Anexos: todos los documentos adjuntos al presente contrato los cuales forma parte integral del mismo.-

Áreas Designadas: Son las áreas que designe **EL FRANQUICIANTE** en el **Anexo 1** para la operación de la Estación de Servicio y la Tienda de Conveniencia.-

Espacios Publicitarios: son todos los espacios dentro y fuera del área establecida para la Estación de Servicio que pueden o no tener estructura en los que se puede transmitir un mensaje de publicidad al consumidor tales como pero no limitados a: vallas, banners, mantas, mupis.

Estación de Servicio: es el área designada por **EL FRANQUICIANTE** para la operación de la Estación de Servicio de combustibles, lubricantes y otros productos derivados del petróleo o conexos, instalada en el sitio.-

Estándares: son los requerimientos operativos establecidos en los correspondientes manuales, para el buen funcionamiento del negocio, la marca XXX establecida única y exclusivamente por **EL FRANQUICIANTE**.

Equipos: se entenderá todos o parte de los equipos en la Estación de Servicio cualquiera sea su naturaleza utilizados o destinados a utilizarse en las operaciones de la Estación de Servicio los cuales estarán detallados en el **Anexo 2**.

Franquicia: es la denominación que ambas partes de mutuo acuerdo deciden darle al presente contrato que tiene por objeto el indicado en el mismo excluyendo expresamente cualquier otro significado que tenga dicha palabra.

Franquiciado: es la persona designada por **EL FRANQUICIANTE** para operar la Estación de Servicio, en nombre y por cuenta propia, únicamente para la promoción y venta de productos o servicios establecidos en el presente Contrato y los correspondientes Manuales.

Manuales: se entenderá como tales aquellos relacionados pero no limitados a: Manual de Marca XXX, Manual de Marca XXXX, Manual de Operación de Estaciones de Servicio XXX, Manual de seguridad y operaciones (HSSE), Manual de Operación de Tienda de Conveniencia XXX, Plan de contingencia de la Estación de Servicio y/o Tienda de Conveniencia y cualquier otro relacionado con la operatividad de la Estación de Servicio y/o Tienda de Conveniencia; todos estos propiedad de **EL FRANQUICIANTE**.

EL FRANQUICIANTE puede introducir o presentar los Manuales oportunamente, en copia impresa o electrónica (incluyendo CD Roms) a **EL FRANQUICIADO**, estos formaran parte integral del presente contrato; **EL FRANQUICIANTE** podrá actualizar y/o modificar los Manuales en cualquier momento.

Mantenimiento: es el servicio prestado por **EL FRANQUICIANTE** o por un tercero contratista debidamente certificado y autorizado por **EL FRANQUICIANTE** para que las instalaciones, edificaciones y equipo de la Estación de Servicio y/o Tienda de conveniencia puedan seguir funcionando adecuadamente, cuyo costo corre por cuenta de **EL FRANQUICIADO** conforme a detalle del **Anexo 3**.

Marcas de Servicio y Marca XXX, XXX y sus Signos Distintivos: Marcas bajo Contrato de Licenciamiento de uso de marca a favor de XXX, y empresas afiliadas o relacionadas según se establece en el **Anexo 7**.

Marcas: Conjuntamente las Marcas de XXX, XXX, todas o una o unas cuantas de ellas, según el contexto en que se utilicen según se establece en el **Anexo 7**.

Producto(s): Gasolina Superior, Gasolina Regular, Diesel, Biodiesel, Kerosina, lubricantes y cualquier otro combustible que en el futuro **EL FRANQUICIANTE** determine conceder a **EL FRANQUICIADO**, así como cualquier otro producto que sea aprobado por **EL FRANQUICIANTE**.

Proceso De Notificaciones: se entenderá por este al proceso establecidos por **EL FRANQUICIANTE** para determinar cómo se llevaran a cabo las notificaciones que se realicen por parte de este, al **FRANQUICIADO**, así como también las notificaciones que realice **EL FRANQUICIADO** al **FRANQUICIANTE**.

Servicios: La venta de Producto en la Estación de Servicio.

Sistema de IT: se entenderá todos los dispositivos y sistemas eléctricos, periféricos de computación y software que sean componentes del sistema de facturación y otros sistemas de la Tienda de Conveniencia y/o la Estación de Servicio, incluyendo pero no limitando a: Modulo de Facturación, Modulo de Punto de Venta, Modulo de Inventarios, dispositivo de pagos, lectora, impresora Computadora con sus periféricos para funcionamiento de los Módulos de Facturación y Módulos de Punto de venta e inventarios, que podrán ser propiedad del **FRANQUICIADO, FRANQUICIANTE** o un tercero designado.

Sitio: es el inmueble del cual **EL FRANQUICIANTE** es propietaria o, en su caso es arrendataria.

Tarjeta de Combustible: se entenderá como un método de pago oportunamente designado por **EL FRANQUICIANTE** en el **Anexo 4**, ya sea emitido por este o por un Afiliado del mismo o por un tercero, cuyas tarjetas se haya comprometido a aceptar en algunas o todas sus estaciones de servicio de combustibles.

Tarjeta de Transacción: se entenderá cualquier tarjeta de crédito, tarjeta de débito, identificaciones de crédito, tarjetas pre-pagadas, Tarjetas de Combustible y otras tarjetas de autorización de transacción.

Tienda de Conveniencia: es el área designada por **EL FRANQUICIANTE** ubicada en el sitio, destinada para la venta a consumidores finales, de los productos con énfasis en horas extendidas y convenientes, para satisfacer y servir las necesidades y preferencias del público.

OBJETO DEL CONTRATO:

En Virtud que **EL FRANQUICIANTE** está autorizado para ser el Distribuidor Exclusivo de los combustibles y derivados del petróleo comercializados bajo la Marca XXX en el bien inmueble anteriormente descrito; por este acto otorga en Franquicia la Estación de Servicio **XXXX** a favor de **EL FRANQUICIADO**.

Los términos y condiciones a los cuales se sujeta la franquicia y que en su conjunto forman el presente Contrato, son los siguientes:

- a. Comodato sobre la Estación de Servicio, que comprende el Bien Inmueble en el que opera la misma y el equipo que se utiliza en la operación de la misma;
- b. Licencia de Uso de las Marcas; y,
- c. Términos Generales de la Franquicia.

Es entendido y convenido entre las partes que la operación de la Estación de Servicio objeto de este Contrato se limita al Área Designada descrita en el plano incluido en el **Anexo 1**, por lo que aquellas áreas no comprendidas dentro de éste, se reputaran de uso y explotación exclusiva de **EL FRANQUICIANTE**.-

COMODATO DE BIEN INMUEBLE Y EQUIPO:

EL FRANQUICIANTE, por este acto da en comodato revocable a **EL FRANQUICIADO** la Estación de Servicio que como se ha dicho, lo compone el área del Bien Inmueble en el que opera la misma detallado en el **Anexo 1** y los equipos que se utilizan en la operación de la misma, según descripción establecida en el **Anexo 2**.

El Comodato de la Estación de Servicio se sujeta a los siguientes términos y condiciones especiales (que son en adición a, y complementarios con, los otros términos establecidos en el presente documento):

PRIMERO: AUSENCIA DE PRECIO Y NATURALEZA GRATUITA DEL COMODATO:

Por ser de la esencia del comodato, el uso que hará **EL FRANQUICIADO** del Bien Inmueble y los Equipos que se detallan en los respectivos Anexos no causa canon o precio alguno a su cargo, pues se trata de un comodato gratuito, sin perjuicio de los costos que dicho uso cause a cargo de **EL FRANQUICIADO**, a nivel de gastos de operación, administrativos (comprendiéndose entre estos, pero no limitándose a gastos de personal, entrenamiento, telecomunicaciones, papelería, seguros, etc...) de mantenimiento o reparaciones descritos en el **Anexo 3** y demás pertinentes que son exclusivamente a cargo del mismo, así como de las demás obligaciones que debe observar.

SEGUNDO: GASTOS DE OPERACIÓN Y REPARACIONES:

A partir de la presente fecha, son de cuenta de **EL FRANQUICIADO** los gastos de mantenimiento y las reparaciones que sea menester introducir al Bien Inmueble y a los Equipos los cuales se encuentran descritos en el **Anexo 3** del presente contrato.

Los Equipos deberán encontrarse en todo tiempo en buen estado y útiles conforme al destino de los mismos y deberán ser devueltos en el mismo estado a **EL FRANQUICIANTE**, en caso de darse por terminado el presente contrato y/o de revocarse el Comodato; solamente se dispensará a **EL**

FRANQUICIADO el desgaste normal que sufran los mismos por su uso adecuado.

TERCERO: DESTINO DE LOS EQUIPOS ENTREGADOS EN COMODATO:

Los Equipos deberán ser utilizados únicamente para la operación de la Estación de Servicio, así mismo serán utilizados únicamente en la Estación de Servicio. **EL FRANQUICIANTE** y **EL FRANQUICIADO** expresamente acuerdan que los Equipos se encuentran y reciben en las condiciones de uso, conservación y limpieza que se detalla en el **Anexo 2**. En caso de daño, pérdida o extravío, **EL FRANQUICIADO** se obliga a pagar a **EL FRANQUICIANTE** el valor de reposición de los mismos conforme lo establecido en la respectiva Acta de Entrega plasmada en el **Anexo 2**; de no existir el mismo, se realizara un avalúo por medio de un perito que designaran ambas partes de común acuerdo.

CUARTO: DEL BIEN INMUEBLE ENTREGADO EN COMODATO:

- I. EL FRANQUICIANTE** y **EL FRANQUICIADO** expresamente acuerdan que el Bien Inmueble se encuentra y recibe en buenas condiciones de conservación y limpieza.
- II.** Corre por cuenta de **EL FRANQUICIADO**, el pago de las reparaciones que resulten de cualquier clase de daños ocasionados por **EL FRANQUICIADO**, sus apoderados, empleados, usuarios, clientes, visitantes y cualquier persona que visite el lugar donde **EL FRANQUICIADO** opera.
- III.** **EL FRANQUICIADO** será el responsable de tramitar, ante las autoridades competentes, todos los permisos necesarios para la actividad comercial que desarrollará.
- IV.** Queda expresamente prohibido el consumo de licor o de bebidas que contengan alcohol en cualquier presentación o cantidad dentro de los predios de la Estación de Servicio.
- V.** Queda expresamente prohibido la venta de cualquier tipo de droga, estupefaciente o enervante en la Estación de Servicio.
- VI.** El horario de operación de la Estación de Servicio será de veinticuatro horas pero el mismo podrá variar según se especifique en el **Anexo 5**.
- VII.** Las edificaciones y mejoras que **EL FRANQUICIADO** realice en la Estación de Servicio que previamente deberán ser aprobadas y aceptadas por **EL FRANQUICIANTE**, pertenecerán a **EL FRANQUICIANTE**, y **EL FRANQUICIADO** no podrá y renuncia a ejercer cualquier acción de reclamo para el pago de dichas edificaciones o mejoras, puesto que el hecho de que la propiedad sea del **FRANQUICIANTE** es un elemento esencial para la firma de este contrato por parte del **FRANQUICIANTE**.
- VIII.** **EL FRANQUICIANTE** contará con la potestad, cuando así lo considere oportuno, de realizar cualquier cambio de imagen o marca, en busca de los mejores intereses y de potenciar el negocio.
- IX.** **EL FRANQUICIADO** deberá contar en todo momento con personal de seguridad.
- X.** **EL FRANQUICIANTE** podrá en cualquier momento y oportunamente inspeccionar el bien inmueble propiedad de **EL FRANQUICIANTE**.
- XI.** Es entendido por **EL FRANQUICIADO** que los programas de instalados en los equipos dados en comodato son propiedad del **FRANQUICIANTE** por lo que este cuenta con la potestad de ingresar a los mismos en el momento que estime necesario para la verificación de su correcta operación así como verificación de algún dato adicional.

QUINTO: (OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO EN CUANTO AL COMODATO):

EL FRANQUICIADO se obliga, conforme la naturaleza de este contrato a:

- I. Usar y disponer del Bien Inmueble y de los Equipos conforme a su destino, a responder ante **EL FRANQUICIANTE** como único propietario, a su cuidado, mantenimiento y reparaciones según los correspondientes Manuales, siendo obligado a resarcir a **EL FRANQUICIANTE** de todo daño que sufran los mismos por el mal uso, negligencia, falta de mantenimiento o en general, todo daño o desmejora que sufran por actos ajenos a los manuales y reglamentos requeridos para la operación de los mismos. Solamente se dispensará al **FRANQUICIADO** al desgaste normal que sufran los mismos por su uso adecuado. En caso de controversia, **EL FRANQUICIANTE** y **EL FRANQUICIADO** nombrará de común acuerdo un perito calificado e independiente, cuya opinión será definitiva para determinar si **XXX**, varios o todos los bienes dados en comodato han sufrido daño, si ese daño es proveniente de su uso ordinario y normal o si provino de descuido, maltrato, falta de mantenimiento u otra circunstancia atribuible al **FRANQUICIADO** o su personal o clientes. Todo acto del personal, ejecutivos o clientes del **FRANQUICIADO**, serán considerados como llevados a cabo por **EL FRANQUICIADO**, y no habrá en este caso, limitación de responsabilidad alguna, sin perjuicio del derecho de éste último de repetir contra dicha persona.
- II. No objetar la reposición de los bienes dados en comodato de requerirlos **EL FRANQUICIANTE**.
- III. **EL FRANQUICIADO** se obliga expresamente a no ceder el uso de los bienes dados en comodato a ninguna otra persona, natural o jurídica.
- IV. **EL FRANQUICIANTE** podrá en cualquier momento modificar, reemplazar o eliminar cualquier pieza de los Equipos de su propiedad, o instalar Equipos adicionales o distintos identificados como Equipos del **FRANQUICIANTE** (según lo juzgue conveniente).
- V. **EL FRANQUICIADO** utilizará los Equipos del **FRANQUICIANTE** sólo de acuerdo con las instrucciones del fabricante, del proveedor o del **FRANQUICIANTE**, o según se disponga en los manuales de uso.
- VI. **EL FRANQUICIADO** no podrá instalar equipo alguno en el Establecimiento destinado para ningún otro uso que no sea la operación del Negocio o de cualquier otro negocio realizado en virtud de otro contrato suscrito entre **EL FRANQUICIADO** y **EL FRANQUICIANTE**. En el caso de instalar cualquier equipo adicional deberá contar con la aprobación del **FRANQUICIANTE**.
- VII. **EL FRANQUICIANTE** podrá en cualquier momento y oportunamente inspeccionar los Equipos de **EL FRANQUICIANTE** o cualquier parte de ellos.
- VIII. **EL FRANQUICIADO** tomará las precauciones debidas para proteger cada parte de los Equipos del **FRANQUICIANTE**, y no permitirá alteraciones, ajustes, conexiones, desconexiones, reparaciones ni mantenimiento alguno salvo para cumplir con instrucciones de emergencia o instrucciones operativas cuando **EL FRANQUICIANTE** así lo haya indicado **EL FRANQUICIADO**.
- IX. Si el mantenimiento de cualquier Equipo requiere que **EL FRANQUICIADO** contrate a un tercero, el contrato y el tercero deben ser aprobados previamente por **EL**

FRANQUICIANTE por escrito, a menos que **EL FRANQUICIANTE** lo disponga de otro modo.

- X. **EL FRANQUICIADO** informará a **EL FRANQUICIANTE** de inmediato en cuanto tenga conocimiento de cualquier daño, defecto, pérdida o robo de los Equipos del **FRANQUICIANTE**.
- XI. **EL FRANQUICIANTE** comunicará a **EL FRANQUICIANTE** en forma oral sobre cualquier Daño a los Equipos del **FRANQUICIANTE** de inmediato en cuanto se produzca tal incidente, y confirmará tal comunicación por escrito. Pondrá a disposición del **FRANQUICIANTE** un informe por escrito dentro de las veinticuatro (24) horas de producido el incidente que implique daño a los Equipos del **FRANQUICIANTE**.
- XII. **EL FRANQUICIANTE**, a su exclusivo criterio, podrá retirar todos los Equipos del **FRANQUICIANTE** en cualquier momento cuando los Equipos del **FRANQUICIANTE** sufran una falla mecánica grave y, en opinión del **FRANQUICIANTE** ya no sea económico repararlos.
- XIII. **EL FRANQUICIADO** deberá permitir el ingreso a la Estación de Servicio o tienda de conveniencia a cualquier persona debidamente identificada y con autorización del **FRANQUICIANTE**. Es entendido por parte del **FRANQUICIADO** que **EL FRANQUICIANTE** podrá establecer cualquier tipo de publicidad dentro del área que corresponde a las aéreas internas y externas de la Estación de Servicio sin costo alguno.
- XIV. No exhibir ni permitir que terceros exhiban señalizaciones ni otro material de comunicaciones que no sea el material proporcionado o aprobado previamente por **EL FRANQUICIANTE**;

SEXTO: (DESIGNACIÓN DEL DEPOSITARIO):

Sin que la presente designación signifique de manera alguna reducción o liberación de responsabilidades por parte del **FRANQUICIADO** para con **EL FRANQUICIANTE**, a los fines de asumir ante **EL FRANQUICIANTE**, a título personal, la responsabilidad de la guarda, custodia, manejo, mantenimiento y operación de los bienes dados en comodato, se designa como **DEPOSITARIO**, al Señor **XXXX**, como responsable solidario de las obligaciones derivadas del presente contrato, específicamente a los fines de la responsabilidad civil o penal que pueda derivarse para el caso de pérdida, sustracción, traslado a otro lugar sin autorización, retención indebida en el caso de revocación del contrato de comodato y cualesquier otra forma afectación de los bienes dados en comodato, para ante **EL FRANQUICIANTE**.

LICENCIA DE USO DE MARCAS

Por este medio, **EL FRANQUICIANTE** concede a **EL FRANQUICIADO** Licencia de uso de las **MARCAS**, la cual se registrará de conformidad con las estipulaciones siguientes (que son en adición a, y complementarios con, los otros términos establecidos en el presente documento):

Licenciante: **XXX XXXX, S. A. DE C.V.**

Licenciataria: **XXXX**

Actividades Licenciadas: el uso exclusivo de las **MARCAS** con relación a la venta en la Estación de Servicio, de productos suministrados o aprobados por **EL FRANQUICIANTE**.

PRIMERO: USO DE LAS MARCAS:

- a) El Licenciatario deberá cumplir en todo momento con los requisitos que establezca la Licenciante de tiempo en tiempo, en cuanto a uso o exhibición de las **MARCAS** (y por el texto que las acompañan).
- b) El Licenciatario no deberá usar o exhibir las **MARCAS** de forma alguna que contravenga las Actividades Licenciadas.
- c) El Licenciatario no podrá usar o exhibir las **MARCAS** de tal manera que su carácter distintivo, la validez, la imagen o la reputación puede verse afectada (obligación que debe incluir sin limitación absteniéndose de utilizar las marcas de forma genérica o descriptiva, o de tal manera que sea contraria a la buena voluntad y reputación de la misma).
- d) Una vez recibida la notificación de acuerdo al proceso pre establecido de notificaciones por el Licenciante o su representante, el Licenciatario debe inmediatamente corregir cualquier uso o exhibición de cualquiera de las **MARCAS** que en opinión razonable del Licenciante o su representante, tiene o puede tener alguno de los efectos anteriores o de lo contrario constituye una violación de las obligaciones del Licenciatario, en virtud del presente Acuerdo.
- e) Sin el consentimiento previo por escrito del Licenciante (en su discreción absoluta), el Licenciatario no podrá;
 - i. registrar o intentar registrar, o causar que se registre, una **MARCA**, nombre comercial, razón social, lema, nombre de dominio, o cualquier palabra, signo o marca que, en opinión razonable del Licenciante es similarmente confusa a una de las **MARCAS** licenciadas, o
 - ii. usar o emplear, una **MARCA** que no sea en relación con las Actividades Licenciadas, o
 - iii. reproducir o exhibir ningunas **MARCAS** en ningún sitio web; o
 - iv. poner enlaces desde sus sitios web a sitios web propiedad del Licenciante o sus Afiliados sin el consentimiento previo y por escrito del Licenciante (a su absoluta discreción).

SEGUNDO: CUMPLIMIENTO:

- a) A petición del Licenciante, el Licenciatario (sin costo alguno para el Licenciante) entregará muestras o pruebas razonables o documentación para la inspección de la forma y el contexto de utilización y la exhibición de las **MARCAS**, sobre las comunicaciones, la publicidad, la literatura promocional, etiquetas y otros materiales impresos, o en páginas web u otros medios electrónicos.
- b) El licenciante o su representante tendrá el derecho (pero no la obligación) de ingresar a la Estación de Servicio así como otros locales del licenciatario que sean utilizados para la operación de la Estación de servicio para verificar el cumplimiento con los términos del presente Acuerdo y el desempeño de las Actividades Licenciadas, incluyendo sin limitación a inspeccionar; la forma y el contexto del uso o exhibición de las **MARCAS**, ya sea en la publicidad, la literatura

promocional, etiquetas y otros materiales impresos, o en páginas web u otros medios electrónicos o de otro o de otra manera, y

- c) El Licenciario se compromete a cooperar plenamente con el Licenciante en relación con la revisión y verificación de las Actividades Licenciadas, y la aplicación de medidas correctivas, incluyendo sin limitación, a participar y colaborar en las actividades de supervisión de rendimiento, garantía de marca y procesos de auditoría en que el Licenciante pueda razonablemente requerir.
- d) Además, el Licenciario deberá sin demora informar al Licenciante de cualquier:
 - i. Incidente con relación a las **MARCAS** o las Actividades Licenciadas; y
 - ii. Incidentes o problemas derivados de o en conexión con las Actividades de Licencia que sean reportables a la autoridad competente o que hayan causado o puedan causar lesiones personales o puedan tener un efecto material adverso sobre el medio ambiente, y
 - iii. El cese o cese propuesto de utilización o exhibición de las **MARCAS** en la Estación de Servicio.

TERCERO: PUBLICIDAD YMERCADEO:

- a) El Licenciario no podrá:
 - i. negociar, renovar o entrar en cualquier patrocinio o acuerdo similar que implicaría el uso o exhibición de las **MARCAS**, o
 - ii. recurrir a cualquier proveedor de servicios de marca (por ejemplo, publicidad o agencia de medios o la empresa de investigación de mercado) en relación con las actividades que implicarían el uso o exhibición de las **MARCAS**, distintos de los prestadores de servicios aprobados por el Licenciante, o
 - iii. hacer declaraciones públicas a los medios de comunicación o publicaciones que se refieren a las actividades del negocio del Licenciario involucrando el uso de las **MARCAS**, o involucren la exhibición de cualquiera de las Marcas.
- b) El licenciario reconoce y acepta que cualquier y todos los derechos de autor u otros derechos en y para la publicidad y materiales de promoción elaborados por o en nombre del Licenciario y que contengan cualquiera de las Marcas serán de propiedad exclusiva del Licenciante.
- c) El Licenciario deberá dejar claro en cualquier declaración pública a medios de comunicación o comunicados que se refieren a las Actividades Licenciadas, que tales comunicados o declaraciones no se hacen en nombre de, ni tampoco reflejan necesariamente los puntos de vista, del Licenciante o cualquiera de sus Afiliados, e incluirá en cualquiera de estas declaraciones o comunicados por escrito una nota al pie perfectamente legible:

"XXXX es un licenciario y utiliza las marcas bajo licencia. Las opiniones expresadas en este comunicado o declaración se hicieron por XXXX y no se han hecho en nombre de, ni tampoco reflejan necesariamente la opinión de, cualquier compañía propietaria de las MARCAS".

CUARTO: PROPIEDAD, MANTENIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LAS MARCAS:

- a) El Licenciario reconoce que el Licenciante es el propietario de las **MARCAS**.

- b) Nada en este Acuerdo se entenderá como concediendo al Licenciario algún derecho de propiedad, título o interés en ninguna de las **MARCAS**.
- c) El Licenciario no podrá, ya sea durante la vigencia de este Acuerdo o después, reclamar la propiedad de, o disputar los derechos del Licenciante en las **MARCAS**.

A la terminación del presente acuerdo:

- a) el Licenciario dejará de reproducir, usar y exhibir las **MARCAS** y cualquier otra marca, signo o manifestación que, en opinión del Licenciante pueda confundirse con las **MARCAS**, o que sea considerado por el Licenciante como una copia o imitación de cualquiera de las **MARCAS** (incluyendo pero no limitado a la traducción de una marca, o la reproducción, uso o exhibición en cualquier nombre de dominio, la etiqueta meta o dirección electrónica, nombre de la empresa o el estilo de negociación o razón social);
- b) el Licenciario no podrá vender u ofrecer Productos o servicios de cualquier tipo o descripción debajo o por referencia a cualquiera de las **MARCAS** o de cualquier otra marca o manifestación que, en opinión del Licenciante pueda confundirse con alguna de las **MARCAS**, o que sea considerado por el Licenciante como una copia o

TÉRMINOS GENERALES DE LA FRANQUICIA

PRIMERO: PLAZO:

El presente Contrato tendrá un plazo de XX años contados a partir de la fecha de firma del presente Contrato. En caso de no firmar un nuevo Contrato al momento del vencimiento del plazo, y ambas partes continúen dando cumplimiento a sus obligaciones, este Contrato se tendrá por renovado bajo los mismos términos y condiciones por periodos de UN (1) MES y así sucesivamente hasta la firma del nuevo contrato; o en el caso que cualquiera de ellas manifieste su intención de no continuar con las renovaciones

SEGUNDO: PRECIO:

Por el otorgamiento de la Franquicia de Estación de Servicio, **EL FRANQUICIADO** deberá pagar a **EL FRANQUICIANTE** un Valor Fijo equivalente a **XXXX** mensuales durante el primer año de vigencia del Contrato y **XXXX Exactos (USD XXXX) más el Impuesto Sobre Ventas (ISV)** mensuales a partir del segundo año de vigencia del Contrato hasta su vencimiento. Tales montos más flete por transporte de Producto hasta la entrega en la Estación de Servicio se verán reflejados en facturas mensuales emitidas por **EL FRANQUICIANTE** las cuales deberán ser canceladas al **FRANQUICIANTE** en un plazo no mayor de 5 días contados a partir de la fecha de la entrega de las mismas.

En caso de que ocurra un cambio en la Ley para la aplicación de los precios del producto y/o la liberación del precio del mercado y/o introducción de nuevos impuestos, tasas, derechos de aranceles o arbitrios, el precio será fijado por **EL FRANQUICIANTE**.

La falta de pago del monto reflejado en la factura en la fecha indicada, hará incurrir en mora a **EL FRANQUICIADO**, la cual deberá cancelar a **EL FRANQUICIANTE** un recargo adicional a la mensualidad atrasada de tres punto treinta por ciento (3.30%) por cada mes de retraso. Lo anterior, sin necesidad de

aviso o requerimiento de ninguna clase y sin perjuicio de que **EL FRANQUICIANTE** proceda por la vía de la terminación del presente Contrato, sin responsabilidad de su parte.

Las partes acuerdan que **EL FRANQUICIADO** tendrá la opción de pagar un depósito a **EL FRANQUICIANTE** por el monto del cien (100%) del valor promedio para la correcta operación de la Estación de Servicio tanto para el suministro del Combustible y el pago del monto acordado a favor del **FRANQUICIANTE** por el otorgamiento de la franquicia. El monto en concepto de depósito será indicado y calculado por **EL FRANQUICIANTE** para esta Estación de Servicio, de forma anticipada a la suscripción del presente Contrato, como depósito en Garantía; Dicha garantía bancaria tendrá una vigencia de doce (12) meses contados a partir de la fecha de vigencia del presente contrato. Dicha garantía bancaria será redactada en base al formato que proporcione **EL FRANQUICIANTE**, **EL FRANQUICIADO** gozará del beneficio de crédito por un tiempo no mayor a cinco (5) días calendario, caso contrario **EL FRANQUICIADO** continuará con la opción de pago contra entrega de producto por el monto de crédito definido por **EL FRANQUICIANTE** en el presente documento.

TERCERO: OBLIGACIÓN DE VENTA COMO CONDICIONANTE DE LA FRANQUICIA:

Cómo contraprestación adicional por el ofrecimiento de la Franquicia, **EL FRANQUICIADO** acepta y aprueba que solamente podrá adquirir y revender los Productos que **EL FRANQUICIANTE** suplirá a **EL FRANQUICIADO** y que ésta se obliga a adquirir del **FRANQUICIANTE**, mensualmente las cantidades mínimas que establezca **EL FRANQUICIANTE** en el **Anexo 6**. Para dar debido cumplimiento a dicha obligación, **EL FRANQUICIADO** hará pedidos a **EL FRANQUICIANTE** de los Productos mediante entregas no menores de: **Cuatro Mil (4,000) Galones** que en todo caso, se entregarán de acuerdo con el sistema de órdenes y entregas de **EL FRANQUICIANTE** en el lugar donde se encuentre ubicada la Estación de Servicio operada por **EL FRANQUICIADO**, comprometiéndose **EL FRANQUICIANTE** a comunicar periódicamente al **FRANQUICIADO** dichos sistemas o los cambios del mismo. No obstante, **EL FRANQUICIADO** se obliga a recibir el Producto(s) en cualquier momento durante las veinticuatro (24) horas del día. El combustible que se suministre será dispensado a la temperatura establecida por ley en el momento de su facturación.

CUARTO: ASPECTOS GENERALES DE EXPLOTACIÓN DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO:

En la explotación de la Estación de Servicio, **EL FRANQUICIADO** deberá cumplir con las directrices que le emita por escrito **EL FRANQUICIANTE**, como ser, pero sin limitarse a, políticas de crédito, atención al cliente, ambientales, de seguridad, técnicas y demás relacionados. A efectos de que **EL FRANQUICIADO** aplique las políticas del **FRANQUICIANTE**, este último podrá en cualquier momento enviar directrices por escrito a **EL FRANQUICIADO** quien estará en la obligación de cumplir con dichas directrices, en cuyo caso para que estas surtan efectos y obliguen a **EL FRANQUICIADO**, deberán notificársele a este último con por lo menos quince (15) días de anticipación a la fecha en que deben ser efectivas. Para el caso, el horario de operación de la Estación de Servicio será el que de tiempo en tiempo establezca **EL FRANQUICIANTE** mediante comunicaciones por escrito. Para el inicio de la relación, se establece un horario de veinticuatro horas detallándose en el **Anexo 5** que forma parte integral del presente contrato. Es acordado y entendido, que por el hecho de que **EL FRANQUICIANTE** brinde asistencia técnica y operativa a través de las directrices que emita, este no será responsable por las pérdidas o accidentes que sufra directa o indirectamente **EL FRANQUICIADO** en la operación o manejo de la Estación de Servicio.

QUINTO: OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL FRANQUICIADO:

Además de las otras que se establecen en el presente Contrato, **EL FRANQUICIADO** se obliga, y obligará también a sus empleados, a lo siguiente:

- a) Acatar las disposiciones técnicas y de seguridad establecidas por **EL FRANQUICIANTE** en el Manual de seguridad y operaciones (HSSE).
- b) Dar un trato respetuoso y cordial a todos los clientes, y brindar Servicios de primera calidad y en buen estado a los clientes de la Estación de Servicio;
- c) Prevenir cualquier accidente laboral o de cualquier naturaleza, o cualquier situación que pueda poner en peligro a los clientes, empleados, contratistas o bienes en o de la Estación de Servicio, del **FRANQUICIANTE** o del **FRANQUICIADO**;
- d) **EL FRANQUICIADO** actuará de acuerdo con los más altos estándares de ética empresarial establecidos por **EL FRANQUICIANTE** y empresas relacionadas.
- e) Dar tratamiento adecuado a los desechos derivados del suministro de los Productos;
- f) Cancelar en tiempo cualesquiera obligaciones, licencias, impuestos, permisos, etcétera que surgieren de o estuvieren relacionadas con la Estación de Servicio y la Franquicia otorgada sobre la misma, salvo los impuestos municipales propios del Bien Inmueble, los cuales corren por cuenta de **EL FRANQUICIANTE** en su condición de Propietaria del Inmueble.
- g) **EL FRANQUICIADO** deberá explotar los Servicios y deberá operar la Estación de Servicio objeto de la Franquicia de la forma en que lo haría un buen Comerciante en negocio propio;
- h) **EL FRANQUICIADO** deberá cumplir con las medidas operativas y de seguridad existentes o que pudiera establecer **EL FRANQUICIANTE** y con las leyes vigentes en la materia, **EL FRANQUICIADO** tomará todas las precauciones y medidas posibles para evitar la contaminación de fuentes de agua superficiales y subterráneas, tierra, fuego o cualquier otro tipo de contaminación de la naturaleza, dentro y fuera de la Estación de Servicio. Asimismo, al realizar la actividad descrita en este Contrato, **EL FRANQUICIADO** se obliga a tomar todas las precauciones y medidas para proteger la salud y la seguridad de sus empleados, clientes, o de cualquier otra persona que se pudiese ver afectada por el desempeño del **FRANQUICIADO** bajo este contrato;
- i) **EL FRANQUICIADO** se compromete a cumplir con las obligaciones contraídas en los contratos firmados entre **EL FRANQUICIADO** Y los entes gubernamentales referentes a las medidas de mitigación en temas ambientales como en los requerimientos establecidos en los diferentes reglamentos que obligan a las Estaciones de Servicio a cumplir los mismos; es entendido entre las partes que de incumplir con esta disposición **EL FRANQUICIANTE** contara con la potestad de repetir contra **EL FRANQUICIADO** cualquier multa impuesta por el ente gubernamental a raíz de dicho incumplimiento; por lo que de ser impuesta dicha multa **EL FRANQUICIANTE** procederá a emitir una factura que contendrá el cobro del monto impuesto en la multa por el ente gubernamental y la misma deberá ser cancelada en un plazo no mayor a 30 días después de ser emitida.-
- j) Durante la vigencia de este Contrato, **EL FRANQUICIADO** evitará, en la conducción de negocios, cualquier conflicto entre sus propios intereses y los del **FRANQUICIANTE**. **EL FRANQUICIADO** ejercerá un cuidado y diligencia razonable para evitar acciones o crear condiciones que entren en conflicto con los mejores intereses de **EL FRANQUICIANTE**. **EL FRANQUICIADO** no podrá dedicarse a, o explotar negocios similares a los explotados por **EL FRANQUICIANTE** o por

cualquier otra sociedad relacionada por gestión, propiedad o imagen al Grupo Terra o formar parte de manera directa o indirecta, por propiedad, gestión o imagen, de personas que se dediquen o exploten negocios similares a los explotados por **EL FRANQUICIANTE** o por cualquier otra sociedad relacionada por gestión, propiedad o imagen a **EL FRANQUICIANTE** o cualquiera de sus Afiliadas;

- k) Brindar a **EL FRANQUICIANTE** cuando este lo requiera, el servicio de bomba que comprende el despacho a través de la Estación de Servicio de los Productos, servicio por el cual **EL FRANQUICIADO** recibirá una comisión por servicio de bomba a clientes del **FRANQUICIANTE y/o Clientes de Tarjetas de Flota**, de **XX lempira exacto (L. XX.00)** por cada galón de Producto despachado. Es entendido y aceptado por las partes que el volumen de Producto dispensado en la modalidad de servicio de bomba, bajo ninguna circunstancia puede ser considerado como parte del volumen mensual de compra y venta obligatoria del **FRANQUICIADO**; así como tampoco será considerado para el cálculo del pago mensual por suministro que deberá pagar **EL FRANQUICIADO**.
- l) **EL FRANQUICIADO** se obliga a cubrir los costos de todos los servicios públicos que conlleve la correcta operación de la Estación de Servicios, de manera puntual. Cualquier atraso en la cancelación de estos valores que acarree multas, deberán también ser canceladas por **EL FRANQUICIADO**.
- m) **EL FRANQUICIADO** deberá asegurar que todo su personal este debidamente uniformado y del buen estado de los mismos, asumiendo el costo de estos uniformes y siguiendo los lineamientos de marca y calidad estipulados en el **Manual de Marca XXX y XXX**. El proveedor autorizado para hacer los uniformes será parte del listado de Proveedores Autorizados que debe de seguir **EL FRANQUICIADO**. Con el fin de mantener los estándares de calidad e imagen **EL FRANQUICIANTE** evaluará al **FRANQUICIADO** por la presentación en sus estaciones de servicio.
- n) **EL FRANQUICIADO** deberá entregar **AL FRANQUICIANTE** trimestralmente los estados financieros de la Estación de Servicio.
- o) **EL FRANQUICIADO** se obliga en indemnizar y mantener indemne a **EL FRANQUICIANTE**, sus accionistas, consejeros, funcionarios, empleados y asesores, ante cualquier daño o perjuicio causado por la operación de la Estación de Servicio de parte del **FRANQUICIADO**, incluyendo cualquier violación a los términos establecidos en el presente Contrato.
- p) **EL FRANQUICIADO** se obliga a contar con un seguro de responsabilidad civil que cubra danos contra terceros;
- q) **EL FRANQUICIADO** y su personal tendrán expresamente prohibido lo siguiente:
 - a) Realizar cualquier remodelación, cambio, o modificación constructiva, estructural y de acabados en la Estación de Servicio sin la previa autorización por escrito de parte del **FRANQUICIANTE**; y,
 - b) Llevar a cabo o permitir que se lleve a cabo actividades o comportamientos contrarios a las leyes, ordenanzas municipales, la moral y buenas costumbres, o que atenten contra la seguridad, la salud, el bienestar o la tranquilidad pública dentro del perímetro de la Estación de Servicio. Toda vez que es pacto expreso en este Contrato la exclusividad a favor del **FRANQUICIANTE**, **EL FRANQUICIADO** no podrá por cuenta propia o ajena, dedicarse a realizar directa o indirectamente actos de comercio sobre los productos, sus similares o análogos, que no sean los que formen parte de este Contrato o en forma alguna adulterar los productos entregados por **EL FRANQUICIANTE**, conviniendo expresamente que el incumplimiento de la exclusividad por **EL**

FRANQUICIADO se considerará incumplimiento grave del Contrato, que tipifica una justa causa para su terminación anticipada, y además implicará el pago de una penalidad cuyo valor como mínimo será el valor del pago del margen bruto de ganancia que deje de percibir **EL FRANQUICIANTE** por los Productos no adquiridos, reservándose **EL FRANQUICIADO** el derecho de dar por terminado este Contrato sin responsabilidad de su parte;

- c) Queda terminantemente prohibido al **FRANQUICIADO**, la colocación con cualquier fin de carpas, sillas, mesas, altoparlantes, equipo audiovisual y cualquier otro artefacto en las áreas circundantes e incluso dentro del área designada para la operación de la Estación de Servicio,
- d) Así como realizar ventas de cualquier tipo de productos o servicios que no sea aprobados por **EL FRANQUICIANTE**.

SEXTO: PUBLICIDAD Y PROMOCIONES:

Obligaciones del **FRANQUICIADO**:

1. **EL FRANQUICIANTE** es el único autorizado para establecer cualquier tipo de publicidad dentro del Área Designada y en los espacios publicitarios que corresponde al límite de propiedad de la Estación de Servicio para lo cual no tendrá que pagar ningún canon o monto a **FRANQUICIADO**.
2. Si **EL FRANQUICIADO** desea utilizar el área designada para la operación de la Estación de Servicio para fines publicitarios, deberá contar con una aprobación por escrito por parte de **EL FRANQUICIANTE**, es condición determinante que la publicidad vaya de acuerdo a los estándares de mercadeo y publicidad que mantiene **EL FRANQUICIANTE** en su Manual de Marca XXX.
3. Cumplir los requisitos de **EL FRANQUICIANTE** respecto de las promociones incluidas en los acuerdos suscritos por **EL FRANQUICIANTE** con los proveedores, así como las promovidas directamente por **EL FRANQUICIANTE** Incluyendo pero no limitando a la exhibición apropiada de todos los materiales requeridos y el correspondiente Cronograma de Promociones incluido en el Manual de Operaciones de las Estaciones de Servicio XXX.-
4. Cualquier material de comunicación utilizado para todas las promociones cumplirá con las Políticas de Marca y Comunicaciones del **FRANQUICIANTE** referidas a la posición, el contenido de los espacios asignados y el formato de tales materiales, según se establece en los Manual de Marca
5. No participar en ninguna promoción que no haya sido autorizada por **EL FRANQUICIANTE**.

SEPTIMO: DE LAS TARJETAS DE TRANSACCION, COMBUSTIBLE Y OTROS METODOS DE PAGO:

EL FRANQUICIADO se obliga a cumplir lo siguiente:

1. Aceptará todas las Tarjetas de Transacción, combustibles y otros métodos de pago de acuerdo con lo indicado por **EL FRANQUICIANTE** a su exclusivo criterio, dichas tarjetas autorizadas se establecerán en el **Manual de Operación de las Estaciones de Servicio XXX** ; así mismo **EL FRANQUICIANTE** podrá agregar o retirar Tarjetas de Transacción y de combustibles de la lista establecida en el **Manual de Operación de las Estaciones de Servicio XXX** en cualquier momento mediante notificación por escrito a **EL FRANQUICIADO**.
2. Aceptará tales métodos indicados de pago en todo momento; siendo pero no limitando los siguientes:
 - a. Efectivo

- b. Tarjetas de Transacción y combustibles autorizadas por **EL FRANQUICIANTE**.
 - c. Vales de combustibles (cupones, órdenes de compra, canjes)
3. No aceptará, ni procesará, ni directa o indirectamente promoverá otra Tarjetas de Transacción, combustibles ni método de pago no autorizados por **EL FRANQUICIANTE** en el **Manual de Operación de las Estaciones de Servicio XXX**, a menos que **EL FRANQUICIANTE** lo autorice por escrito.
 4. Utilizará sólo terminales electrónicas de punto de venta y otros equipos autorizados por **EL FRANQUICIANTE** a fin de procesar los pagos de Combustible para Motores y otros Productos ;
 5. No utilizará ningún otro equipo para procesar los pagos a menos que previamente y por escrito esté específicamente aprobado por **EL FRANQUICIANTE**;
 6. El procesamiento de la aceptación y transacción de las Tarjetas de Transacción y combustibles está sujeto a los términos y condiciones estipuladas por **EL FRANQUICIANTE** y en el manual del proveedor del servicio, y **EL FRANQUICIADO** se obliga a cumplir con dichos términos y condiciones en todo momento;
 7. Sin perjuicio de las demás obligaciones de **EL FRANQUICIADO** respecto de sus empleados, funcionarios o terceros contratados por **EL FRANQUICIADO** para el cumplimiento de las obligaciones que para éste derivan del contrato, éste se obliga a que sus empleados, funcionarios y terceros cumplan con las obligaciones, procedimientos y requerimientos que deben ser cumplidos por **EL FRANQUICIANTE** con respecto a las Tarjetas de Transacción, de combustibles incluyendo pero no limitando, lo relativo a los procedimientos de aceptación y estándares de seguridad;
 8. **EL FRANQUICIADO** se obliga a cumplir con los procedimientos para el manejo de las transacciones cargadas según se establece en los correspondientes manuales del proveedor del servicio;
 9. **EL FRANQUICIADO** activamente promoverá y respaldará el mercadeo de las Tarjetas de Combustibles promocionadas bajo la marca del **FRANQUICIANTE EL FRANQUICIADO** identificará posibles clientes para estas Tarjetas de Combustibles y proporcionará los detalles de contacto de tales clientes (por ej. nombre, domicilio) a **EL FRANQUICIANTE**.
 10. Ante la solicitud general o específica de **EL FRANQUICIANTE**, **EL FRANQUICIADO** se comunicará con los clientes y les informará sobre las Tarjetas de Combustibles. Sin embargo, **EL FRANQUICIADO** no está autorizado a negociar o realizar transacciones en nombre de **EL FRANQUICIANTE**.
 11. Sin perjuicio de las demás obligaciones de confidencialidad, la información relativa al tenedor de la tarjeta, como números de cuenta, datos personales o información sobre el tenedor de la tarjeta, será mantenida por **EL FRANQUICIADO** bajo términos de confidencialidad y la comunicará únicamente a **EL FRANQUICIANTE**, cuando **EL FRANQUICIANTE** sea el emisor de la Tarjeta de Combustible o mantenga relación primaria con la Institución de la Transacción, o según fuera requerido por ley.
 12. Se reserva el derecho de utilizar la información de las transacciones que eligió procesar con el fin de monitorear el cumplimiento por parte del **FRANQUICIADO** de las obligaciones que para él derivan del Contrato y los manuales del proveedor del servicio.
 13. **EL FRANQUICIADO** se obliga a permitir y autorizar ante la entidad bancaria aprobada por **EL FRANQUICIANTE** la cual se encuentra detallada en el **Manual de Operación de las Estaciones de Servicio XXX** a brindar a **EL FRANQUICIANTE** reportes tales como pero no limitado a: el monitoreo de las transacciones que se realicen en los POS exclusivos de esta.

14. **EL FRANQUICIADO** Expresamente declara que será responsable por todas las pérdidas que surjan si no cumple con las obligaciones establecidas en la presente cláusula;

OCTAVO: DE LOS PROGRAMAS DE LEALTAD E INCENTIVOS:

EL FRANQUICIADO no ofrecerá ni otorgará directa o indirectamente beneficios, en efectivo o de otra clase, a ningún usuario de las Tarjetas de Transacción y/o Combustible detalladas en el **Manual de Operación de las Estaciones de Servicio XXX**, además de los productos o servicios entregados o suministrados con la Tarjeta de Transacción. Esta prohibición se aplicará independientemente de que el usuario fuera tenedor de la tarjeta, empleado de éste o un tercero permitido.

Dicha prohibición incluye no ofrecer un plan de lealtad o puntos bajo un plan de lealtad o recompensas o regalos, salvo especificación en contrario por parte del **FRANQUICIANTE** para grupos de clientes de Tarjetas específicos o tipos de Tarjetas específicas.

EL FRANQUICIADO no aplicará a los usuarios de Tarjeta de Transacción precios distintos que para los usuarios que abonan en efectivo, especialmente precios de venta para Bienes de la Estación de Servicio.

EL FRANQUICIADO no cargará costos o aranceles directa o indirectamente a usuarios de Tarjeta de Transacción o en relación con la aceptación de una Tarjeta de Transacción, salvo que fuera expresamente permitido por **EL FRANQUICIANTE**.

NOVENO: DE LOS MANUALES:

EL FRANQUICIANTE se reserva en cualquier momento durante la vigencia del presente Contrato el derecho de modificar los Anexos y Manuales previa notificación a **EL FRANQUICIADO**.

DECIMO: DE LOS PRODUCTOS:

- a) El Precio de los Productos y demás en la Estación de Servicio que **EL FRANQUICIADO** cobrará a los usuarios se establecerá mediante lo estipulado por el ente gubernamental facultado para tal fin.
- b) **EL FRANQUICIADO** solamente podrá dar en venta los Productos que autorice **EL FRANQUICIANTE**, los cuales se obliga en adquirir exclusivamente de **EL FRANQUICIANTE**, como ser, lubricantes, aditivos y demás productos comercializados por **EL FRANQUICIANTE**, y que se utilicen para brindar servicios complementarios a la comercialización de combustibles en la Estación de Servicios.
- c) **EL FRANQUICIADO** no podrá aumentar los precios o adicionar Servicios y/o Productos ofrecidos durante la vigencia de este Contrato y/o sus prórrogas, sin el previo consentimiento por escrito de **EL FRANQUICIANTE**.
- d) **EL FRANQUICIADO** garantiza la efectiva operación de la Estación de Servicio. Bajo ningún motivo la prestación de los Servicios y la operación de la Estación de Servicio podrá suspenderse por un periodo de más de tres (3) horas durante el horario normal de trabajo, siempre que las razones no sean imputables al atraso en el suministro de combustible por parte del **FRANQUICIANTE**. En caso de darse una suspensión en cualquiera de los Servicios por un periodo mayor al señalado, **EL FRANQUICIANTE** podrá dar por terminado el presente Contrato sin necesidad de otorgar los días a que se refiere la cláusula de TERMINACIÓN y/o proceder a exigir una indemnización acorde

con los daños y perjuicios causados. Es entendido entre las partes la exclusión de los casos de caso fortuito y fuerza mayor entendiéndose estos de la siguiente forma:

Fuerza mayor: situación producida por hechos del hombre, a los cuales no haya sido posible resistir, tales como los actos de autoridad ejercidos por funcionarios públicos, huelgas, y otros semejantes.

Caso Fortuito: proviene de acontecimientos de la naturaleza que no hayan podido ser previstos, como inundaciones, un terremoto y otros de igual o parecida índole.

- e) En forma expresa, las partes convienen en que si **EL FRANQUICIADO** deja de brindar los Servicios objeto de este Contrato, o mantuviera cerrada o abandonada la Estación de Servicio por más de dos (2) días sin haber dado aviso previo, expreso, debidamente fundamentado y por escrito a **EL FRANQUICIENTE**, ésta queda expresamente autorizada para abrir e ingresar al lugar, entrar en posesión del mismo, y tomar todas las medidas precautorias, ambientales, cautelares o de seguridad que considere necesarias para salvaguardar y proteger los bienes que ahí se encuentren, así como para la efectiva prestación de los Servicios y la buena conservación y protección de la Estación de Servicio.

DECIMO PRIMERO: DEL PERSONAL:

- a) Para la prestación de los Servicios, **EL FRANQUICIADO** deberá contar con el personal necesario, a tiempo completo, de acuerdo con los requerimientos de la demanda de trabajo. Dicho personal deberá estar debidamente uniformado e identificado mediante un gafete colocado en lugar visible.
- b) **EL FRANQUICIENTE** no será responsable de cualquier clase de daños y/o perjuicios ocasionados al personal que contrate **EL FRANQUICIADO**, durante el desempeño normal de sus funciones, ocurran estas dentro o fuera de la Estación de Servicio. Es entendido que la prestación de los Servicios por parte de **EL FRANQUICIADO** se hace de manera independiente y sin la subordinación o dependencia directa del **FRANQUICIENTE**, más, si con el fin de cumplir a cabalidad con las obligaciones (incluyendo la prestación de los Servicios) contraídas bajo este Contrato. **EL FRANQUICIADO** no podrá subcontratar la prestación de los Servicios que bajo el presente contrato se ha comprometido a prestar, ni podrá ceder en todo o en parte sus obligaciones bajo el presente contrato, siendo además, la exclusiva responsabilidad de **EL FRANQUICIADO**, todas las obligaciones laborales que mantiene con sus empleados, incluyendo pero no limitándose a la responsabilidad y riesgo en cuanto a su salario, riesgos profesionales, prestaciones e indemnizaciones legales, y todo a lo que puedan tener derecho de conformidad con el Código del Trabajo vigente, quedando exonerado **EL FRANQUICIENTE** de cualquier responsabilidad de esa índole y obligándose **EL FRANQUICIADO** a indemnizar a **EL FRANQUICIENTE** por cualquier daño a él causado con respecto a lo anteriormente establecido.
- c) **EL FRANQUICIADO** tendrá la dirección, control y responsabilidad única y exclusiva de sus empleados, toda vez que entre **EL FRANQUICIENTE** y el personal del **FRANQUICIADO** no existe vínculo laboral, ni contractual, ni de ninguna otra especie. En consecuencia, **EL FRANQUICIENTE** no tendrá ninguna responsabilidad frente a las personas que presten servicios a **EL FRANQUICIADO**, y que realicen bajo la dirección y supervisión de la misma, las funciones a que se refiere el presente Contrato. Ninguna persona empleada por **EL FRANQUICIADO** será considerada como agente, mandataria, trabajadora o dependiente del **FRANQUICIENTE**.

DECIMO SEGUNDO: DE LOS PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO:

EL FRANQUICIADO declara haber asistido y completado satisfactoriamente a los programas de entrenamiento especializados del **FRANQUICIANTE** sobre la operación de la Estación de Servicio.

EL FRANQUICIANTE podrá organizar programas de entrenamiento futuros para personal seleccionado y **EL FRANQUICIADO** a fin de mejorar su conocimiento, o para cubrir nuevos desarrollos de negocios.

EL FRANQUICIADO se obliga a que él y todo su personal completen los programas de entrenamientos que estipulen los Manuales correspondientes. **EL FRANQUICIANTE** podrá proporcionar materiales para que **EL FRANQUICIADO** capacite a su personal. **EL FRANQUICIADO** se asegurará que pueda acceder a los materiales proporcionados por **EL FRANQUICIANTE** por vía electrónica o mediante otros sistemas informáticos

DECIMO TERCERO: DEL DERECHO DE INSPECCIÓN:

EL FRANQUICIANTE tendrá derecho cuando lo requiera de llevar a cabo inspecciones para constatar el estado en que se encuentra la Estación de Servicio y garantizar su buen uso y mantenimiento adecuado, con la finalidad de brindar servicios de excelente calidad, que cumplan con los más altos estándares de eficiencia, agilidad, y respeto, todo lo anterior sin objeción alguna por parte del **FRANQUICIADO**. Así mismo, **EL FRANQUICIANTE** realizará lecturas de los medidores de las bombas de despacho, mediciones físicas del combustible en los tanques de almacenamiento, etc. cuantas veces sea necesario para garantizar la integridad de la operación; asimismo **EL FRANQUICIANTE** además de inspeccionar las lecturas de los medidores de las bombas; mediciones físicas del combustible cuenta con la potestad de verificar los sistemas de monitoreo de inventarios así como cualquier otro sistema operativo de su propiedad con el fin de garantizar la integridad de la operación.

DECIMO CUARTO: PROPIEDAD INTELECTUAL:

Es acordado y entendido que la **FRANQUICIADO** no podrá alegar propiedad o derechos algunos sobre la Propiedad Intelectual de **EL FRANQUICIANTE**, incluyendo sobre las **MARCAS**. Adicionalmente, todos los inventos, mejoras, descubrimientos, y otras formas de Propiedad Intelectual realizados, concebidos o desarrollados real o implícitamente durante la operación de la Estación de Servicio de parte de **EL FRANQUICIADO** serán y seguirán siendo propiedad de **EL FRANQUICIANTE**.

DÉCIMO QUINTO: RELACIONES CON TERCEROS:

En las relaciones con terceros, como ser pero no limitándose, a actos y contratos que se celebren con relación a la prestación de los Servicios, las obligaciones que surjan de dichos actos y contratos serán a cargo del **FRANQUICIADO**, por lo que esta última no tendrá facultad ni autoridad para vincular a **EL FRANQUICIANTE** a un determinado acto y contrato, aun en el caso de que el acto o contrato tenga relación directa con la prestación de los Servicios y/o la operación de la Estación de Servicio.

DÉCIMO SEXTO: OBLIGACIONES FISCALES:

Serán por cuenta del **FRANQUICIADO** las obligaciones fiscales que surjan de la explotación de los Servicios, como ser, pero no limitándose a, pago de la tasa de volumen de venta, cobro de Impuesto Sobre Ventas etc. Adicionalmente, **EL FRANQUICIADO** deberá contar con los permisos otorgados por los

entes gubernamentales, como ser, pero sin limitarse a la Alcaldía Municipal, Ministerio de Salud Pública y cualquier otro permiso obligatorio para la prestación y explotación de los Servicios.

Será responsabilidad del **FRANQUICIADO** las cargas sociales y similares que genere su actividad, incluyendo, los pagos de energía eléctrica, servicios de agua, alcantarillado, bomberos, servicio de teléfono y cualesquiera otros gastos y tasas no especificados para necesarios para la operación eficiente de la Estación de Servicio.

DÉCIMO SEPTIMO: INDEMNIDAD:

EL FRANQUICIADO exime a **EL FRANQUICIENTE**, así como a sus directores, personal, abogados, representantes, ejecutores, y personal administrativo, de cualquier responsabilidad civil, penal, administrativa o de cualquier otra naturaleza, que surja con motivo de la prestación de los Servicios por parte del **FRANQUICIADO**, sus empleados, directores, y personal en general, y acuerda que, cualquier pago resultante de dicha responsabilidad será de su única y exclusivamente responsabilidad del **FRANQUICIADO**.

DÉCIMO OCTAVO: DE LA PROHIBICIÓN DE CEDER ESTE CONTRATO:

EL FRANQUICIADO no podrá ceder, dar en administración, usufructo o Franquicia, dar en garantía, comodato, o dar en fideicomiso, este Contrato en todo o en parte, o en general cualquier derecho que derive de este Contrato, salvo aprobación previa y por escrito por parte del **FRANQUICIENTE**. Esta prohibición también aplica para el caso de que se quieran ceder, bajo cualquier título, las acciones del **FRANQUICIADO** prestataria de los Servicios.

DECIMO NOVENO: DE LOS ESPACIOS PUBLICITARIOS:

EL FRANQUICIADO declara estar entendida sobre el derecho de propiedad que tiene **EL FRANQUICIENTE** de los Espacios publicitarios existentes y futuros en las aéreas destinadas para la Estación de Servicio Y se obliga a respetar y no interferir en ninguna de las negociaciones que realice **EL FRANQUICIENTE** con terceros, con respecto a estos.-

VIGESIMO: DE LA PROHIBICION DE SUBARRENDAR ESPACIOS A TERCEROS:

EL FRANQUICIADO no podrá subarrendar por ningún motivo espacios ubicados en el área del inmueble objeto de este contrato, si **EL FRANQUICIADO** incumpliere lo dispuesto en la presente cláusula, **EL FRANQUICIENTE** podrá dar por terminado el presente contrato; así mismo **EL FRANQUICIADO**, declara que es de su entendido que no podrá interferir en la firma de contratos de arrendamiento por parte del **FRANQUICIENTE**, sobre espacios ubicados dentro del área del inmueble, **EL FRANQUICIENTE** se compromete a notificar con por lo menos 15 días de anticipación sobre la firma del mismo.

VIGESIMO PRIMERO: TERMINACIÓN:

El presente contrato se terminara al vencimiento del plazo. Adicionalmente serán causales de terminación y sin responsabilidad para ninguna de las partes las que se establezcan en el presente contrato y las siguientes:

Por parte de **EL FRANQUICIENTE**, cuando **EL FRANQUICIADO** incurra en:

1. Incumplimiento a cualquiera de las condiciones establecidas a su cargo bajo el presente contrato; o,

2. Por terminación del comodato o del derecho de licencia de uso de marca.

Por parte del **FRANQUICIADO**, cuando **EL FRANQUICIANTE** incurra en:

1. Incumplimiento a cualquiera de las condiciones establecidas a su cargo bajo el presente contrato.

En caso de incumplimiento por cualquiera de las partes (exceptuando la causa establecido en el numera 2 para el caso del **FRANQUICIANTE**, en cuyo caso la terminación será inmediata a partir de la notificación), la parte que alegue el incumplimiento notificará por escrito a la otra parte de tal incumplimiento, y ésta última tendrá, a partir de dicha notificación, quince (15) días calendario para corregir tal incumplimiento. Si transcurrido dicho plazo, la situación de incumplimiento no ha sido subsanada, la parte que alegue incumplimiento enviara una notificación de terminación de contrato por incumplimiento, sin responsabilidad de ningún tipo por parte del **FRANQUICIANTE**. La terminación no requerirá de ningún tipo de notificación o proceso, sino que la misma operará de pleno derecho.

En caso de terminación del presente Contrato, **EL FRANQUICIANTE** tendrá la potestad absoluta de reclamar los daños y perjuicios y **EL FRANQUICIADO** lo autoriza y faculta para que sin necesidad de requerimiento de ningún tipo pueda personarse a la Estación de Servicio, desalojar a **EL FRANQUICIADO** y sus empleados y tomar posesión de la misma sin responsabilidad de su parte. Al momento de la terminación de este contrato, **EL FRANQUICIADO** deberá devolver a **EL FRANQUICIANTE** las cantidades de Producto remanente en los tanques y pagarle en efectivo por la diferencia, entre el volumen devuelto y lo recibido al inicio de este Contrato conforme su valor de venta al costo al momento de la terminación de este Contrato. **EL FRANQUICIANTE** podrá hacer uso del depósito en garantía para cubrir cualquier diferencia no cancelada por **EL FRANQUICIADO** así como el pago de servicios públicos no cubiertos, combustibles o daños a la propiedad o equipos por **EL FRANQUICIADO** durante su tiempo de operación.

Igualmente, Las Partes podrán terminar el presente Contrato de manera anticipada a través de una notificación escrita determinando su intención de rescindir el Contrato, con al menos sesenta (60) días de anticipación.

Es acordado y entendido, que una terminación del contrato, implica la automática terminación del Comodato y de la Licencia de Uso de las **MARCAS**; asimismo es entendido entre las parte que la terminación del Contrato de Franquicia de Estación de Servicio conlleva la terminación inmediata del Contrato de Franquicia de Tienda de Conveniencia.

VIGESIMO SEGUNDO: MISCELANEOS:

- a) **Ley Aplicable y Resolución de Conflictos:** Cualquier controversia que pueda darse, se resolverá en primera instancia entre los representantes del **FRANQUICIADO** y **EL FRANQUICIANTE** ó sus representantes debidamente autorizados, que se definan para tal fin. Si no se logrará un acuerdo se podrá realizar una segunda instancia conformando una comisión bipartita ad-hoc con miembros de ambas instituciones para solventar la controversia presentada. De persistir la misma, las partes acuerdan que la misma se resolverá mediante el procedimiento de ARBITRAJE de conformidad con el Reglamento del Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio

e Industrias de Tegucigalpa. Lo anterior será sin perjuicio de las acciones que surjan para cada una de las partes en relación al presente contrato y que la Ley señale como única vía de resolución, la vía judicial. Es entendido que no deberá seguirse ningXXX de los procedimientos antes señalados para efectos de dar por terminado el comodato, la licencia de uso de marca y/o el contrato en sí conforme las causas y procedimientos señalados en el presente documento

b) Confidencialidad: EL FRANQUICIADO se obliga a mantener el secreto de toda la información y los secretos comerciales que maneje acerca de la Estación de Servicio, la venta de los Productos y las **MARCAS** (en lo sucesivo la "Información Confidencial"). **EL FRANQUICIADO** se obliga a no revelar, divulgar, exhibir, mostrar, comunicar, utilizar y/o emplear la Información Confidencial y en consecuencia a mantenerla de manera confidencial y privada y a proteger dicha Información Confidencial para evitar su divulgación no autorizada, ejerciendo sobre ésta el mismo grado de diligencia que utiliza para proteger la información confidencial de su propiedad. Con respecto a la Información Confidencial, **EL FRANQUICIADO** se obliga a:

- a. Abstenerse de publicarla, divulgarla, difundirla, ofrecerla o hacerla disponible a terceros, total o parcialmente, sin contar previamente con la aprobación escrita de **EL FRANQUICIANTE**; y,
- b. Conservar la Información Confidencial en condiciones seguras y tomar todas las medidas que sean necesarias para evitar que sea hurtada, distribuida, divulgada o difundida en forma no autorizada.

El incumplimiento a estas obligaciones de confidencialidad, además de la terminación anticipada del contrato, dará lugar a las responsabilidades civiles y penales que correspondan en su caso. Esta obligación subsiste incluso diez (10) años después de terminada la presente relación contractual.

c) Franquicias y Concesiones de EL FRANQUICIANTE: Los derechos conferidos por este Contrato a **EL FRANQUICIADO** en ninguna manera podrán afectar o limitar los derechos que **EL FRANQUICIANTE** ha ofrecido a terceros o se ha reservado ofrecer a terceros, como ser, pero sin limitarse a, el derecho que puede otorgar de explotar otros servicios conexos a la Estación de Servicio, como ser, lavado de vehículos y las Tiendas de Conveniencia propias de las Estaciones de Servicio.

d) Exclusividad: EL FRANQUICIADO acepta y reconoce que el presente Contrato de Franquicia no implica, ni le otorga exclusividad territorial para una zona determinada y, en consecuencia **EL FRANQUICIANTE** puede otorgar franquicias similares a varias personas en la misma zona en que opera la Estación de Servicio.

e) Relación de las Partes: EL FRANQUICIADO y EL FRANQUICIANTE convienen expresamente que no se considerara ni interpretará que cualquier estipulación del presente Contrato constituye un Contrato de Trabajo o un Contrato de Participación entre **EL FRANQUICIANTE** y **EL FRANQUICIADO** o una relación de dependencia de éste y sus empleados para con **EL FRANQUICIANTE**.-

f) EL FRANQUICIADO, declara que aun en el caso que la ley le confiere el carácter de Distribuidor, Agente o Representante acepta que **EL FRANQUICIANTE** es la Distribuidora exclusiva de la estación de servicio otorgada en Franquicia.

g) Cumplimiento de la Ley Aplicable: EL FRANQUICIADO deberá cumplir y ejecutar, bajo su costo y responsabilidad, cuando sea el caso, las disposiciones de cualquier regla, orden, acto, regulación

y requisito del sistema legal vigente aplicable a las actividades que lleve a cabo para la operación del negocio, debiendo cubrir todos los gastos resultantes del cumplimiento del sistema legal y judicial vigentes.

- h) **Modificaciones al Contrato:** Cualquier modificación acordada al presente Contrato deberá ser por escrito y estar firmada por las partes.
- i) **Encabezados:** Los títulos utilizados como encabezados en cada sección y capítulo de este Contrato son incorporados para facilitar su lectura y no deberán ser considerados como parte del texto para interpretar su contenido.
- j) **Sobrevivencia:** Toda indemnización contenida en cualquier sección de este Contrato deberá sobrevivir la expiración o terminación de este Contrato en relación con actos o eventos ocurridos o que ocurran durante el plazo del presente Contrato.
- k) **Separatividad:** La nulidad o ilegalidad declaradas por autoridad competente alguna, de las estipulaciones de este Contrato, o de su aplicación a cualquier persona, lugar o circunstancia, no afectará la validez, legalidad y exigibilidad de las restantes estipulaciones, o su aplicación a otras personas, lugares o circunstancias.
- l) **Notificaciones:** Cualquier notificación o comunicación para ser entregada a las partes en relación con el presente Contrato, deberá ser por escrito y entregada personalmente a las direcciones que se señalan a continuación. Las notificaciones y comunicaciones serán efectivas cuando sean entregadas en las direcciones que se detallan a continuación.

Para EL FRANQUICIADO: Atención: XXX Dirección: XXX Teléfono: XXX Email: XXX	Para EL FRANQUICIENTE: XXXX
--	---------------------------------------

En caso de cambio de dirección, las partes deberán ser notificadas de inmediato por escrito, dentro de los diez (10) días anteriores a dicho cambio. De lo contrario, las notificaciones realizadas en las direcciones anteriores se considerarán válidas para fines del presente Contrato.

En fe de lo anterior, leído y confrontado a las partes, manifiestan estar conformes y firmamos en dos originales de igual fuerza y validez en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central a los XX del mes de XX del año XX

XXXX
GERENTE DE PAIS
XXX XXX S.A. DE C.V.

XXXX
GERENTE RETAIL
XXX XXX S.A. DE C.V.

XXXX
DEPOSITARIO
XXXX

Por su parte, el **DEPOSITARIO**, expresa: Que acepta incondicionalmente su designación de depositario de los bienes dados en comodato y como responsable de los mismos para ante **EL FRANQUICIANTE**

XXXX
EL FRANQUICIADO
XXXX

ANEXO 1

ACTA DE ENTREGA ESTACIÓN DE SERVICIO Y DETALLE DE EQUIPO ENTREGADO EN COMODATO

ANEXO 2

ACTA DE ENTREGA DE EQUIPOS

ANEXO 3

MANTENIMIENTO DEL EQUIPO

MANTENIMIENTO, REPARACIONES Y REEMPLAZO DE EQUIPOS

A. GENERALES

Exceptuando las disposiciones puntualmente expuestas en éste Anexo EL **FRANQUICIADO** se obliga a efectuar todas las Tareas de Mantenimiento y Reparaciones necesarias para el buen funcionamiento de Equipos e Instalaciones, independientemente si éstos son propiedad ó suministrados por **EL FRANQUICIANTE** ó **EL FRANQUICIADO**. En cumplimiento de estas responsabilidades, **EL FRANQUICIADO** debe:

1. Apegarse a los Estándares Operativos impuestos por **EL FRANQUICIANTE**, orientados a la correcta operación de una Estación de Servicio.
2. Apegarse a todas las instrucciones relacionadas con Mantenimiento y Seguridad contenidas en cualquier Manual aplicable y/o Instrucciones emitidas por El Fabricante del Equipo ó Proveedor, ó en materiales ó instrucciones suministradas por **EL FRANQUICIANTE**.
3. Notificar inmediatamente a **EL FRANQUICIANTE** de cualquier necesidad de Reparación ó Reemplazo de Equipos y/ó partes de equipos.

B. INVENTARIO DE PRODUCTOS. EL FRANQUICIADO está obligado a:

1. Registro de Datos.

Mantener records de Control de Inventario diarios, semanales y mensuales, según los procedimientos establecidos en las instrucciones ó materiales emitidos por **EL FRANQUICIADO** para la correcta Operación de una Estación de Servicio y de acuerdo a las leyes, regulaciones y/o permisos vigentes emitidos a **EL FRANQUICIADO** ó **EL FRANQUICIANTE**, y mantener éstos records disponibles en todo momento para ser inspeccionados por **EL FRANQUICIANTE** ó su personal.

2. Revisión de Pérdidas de Productos.

Revisar diariamente pérdidas de producto, según los procedimientos establecidos en las instrucciones ó materiales emitidos por **EL FRANQUICIADO** para la correcta Operación de una Estación de Servicio y de acuerdo a las leyes, regulaciones y/o permisos vigentes emitidos a **EL FRANQUICIADO** ó **EL FRANQUICIANTE**.

3. Derrames y Limpiezas.

Notificar inmediatamente a **EL FRANQUICIANTE** sobre cualquier derrame de producto ó productos de petróleo ocurrido en la Estación de Servicio y/o propiedades objeto de éste contrato, y tomar acciones inmediatas para la limpieza del derrame y previsión de daños a consecuencia del mismo, según instrucciones ó materiales emitidos por **EL FRANQUICIADO** para la correcta Operación de una Estación de Servicio y de acuerdo a las leyes, regulaciones y/o permisos vigentes.

4. Notificación de Fugas de Combustible.

Notificar de inmediato a **EL FRANQUICIANTE** si los records de control de inventario ó cualquier medio de monitoreo de fugas de combustible ó alarma indica una fuga subterránea de combustible en la Estación de Servicio y/ó propiedad objeto de éste contrato, ó si en todo caso, **EL FRANQUICIADO** tiene alguna razón para sospechar de una fuga.

C. MANTENIMIENTO RUTINARIO

EL FRANQUICIADO se obliga a cumplir las responsabilidades de Mantenimiento que se detallan a continuación, las cuales incluyen pero no se limitan a:

1. Áreas Comunes.

- a. Inspeccionar regularmente y no menos de una vez por semana, todo el pavimento de concreto y/o asfalto, así como otras superficies que presenten condiciones inseguras, grietas ó fracturas u otro tipo de fallas.
- b. Informar inmediatamente a **EL FRANQUICIANTE** de medidas correctivas tomadas.
- c. Realizar reparaciones menores de Balconería, Albañilería ó Carpintería, etc.
- d. Limpieza de drenajes, canales, cunetas, cajas de registro, trampas de grasa, etc. regularmente y especialmente antes y durante la temporada lluviosa, a fin de prevenir inundaciones, goteras, obstrucciones y otros daños. Los desperdicios objeto de la limpieza deben ser apropiadamente removidos del sitio.
- e. Limpieza permanente de la pista y áreas comunes de Hojas, basura y otros desperdicios, materiales de construcción y materiales no autorizados.
- f. Limpieza de Basura y otros desperdicios de Áreas Comunes y Áreas Verdes, utilizando ó no el servicio de Tren de Aseo.

2. Áreas Verdes.

- a. Regar, Fertilizar, Podar, Controlar Plagas y reemplazar toda planta muerta por otra planta idéntica, en las áreas verdes regularmente. Remover y deshacerse apropiadamente de la maleza y/ó desperdicios producto ó no de podar dichas áreas.
- b. Mantener y podar todo árbol y arbusto a una altura máxima de 8 pies.
- c. Remover toda planta, árbol, arbusto, etc. total ó parcialmente, que pueda causar daño a la propiedad del **FRANQUICIANTE**, ó a la visibilidad del rótulo principal ó rótulo de precios de la Estación de Servicio.

3. Iluminación.

- a. Mantener en buen estado, limpios en todo momento y funcionando toda luminaria y accesorios incluyendo lentes ó pantallas de iluminación interior y exterior en Pista, Canopy, Baños, Tienda, Áreas Comunes y Áreas Verdes.
- b. Reemplazar todo bombillo, lámpara fluorescente y/o luminaria quemada, por otra apropiada utilizando el voltaje y watage apropiado.
- c. Informar oportunamente a **EL FRANQUICIANTE** de cualquier disfunción eléctrica.

4. Rótulos.

- a. Cambiar cada vez que sea requerido los numerales de los rótulos de precios y/ó tipo de producto, así como mantenerlos limpios en todo momento.
- b. Reemplazar cualquier bombillo, lámpara fluorescente ó luminaria quemada de todo rótulo de identificación, cómo ser, rótulo principal, rótulo de precios, rótulo de canopy, rótulo de Tienda, rótulos exteriores, rótulos en fascias, cajas de luz, etc.
- c. Efectuar regularmente limpiezas interiores de todo rótulo de identificación.

5. Plomería.

- a. Mantener limpios en todo momento inodoro, urinario, lavamanos y piletas de aseo.
- b. Limpiar los drenajes de muebles sanitarios utilizando productos apropiados por lo menos una vez por mes.

- c. Limpiar regularmente y dar mantenimiento apropiado a drenajes de piso.
 - d. Drenar tuberías de agua, a fin de prevenir obstrucciones.
 - e. Reparar toda fuga de agua en inodoros, urinarios, lavamanos y piletas de aseo, tanto en grifos como en trampas.
 - f. Efectuar mantenimientos regularmente y limpiar cada vez que se requiera Fosas Sépticas, Trampas de Grasa y Cajas de Registro ya sean de agua potable, aguas negras ó aguas lluvias, removiendo apropiadamente del sitio los desechos.
 - g. Mantenimiento, Limpieza y reparaciones varias en fosas sépticas y cisternas para servicio de aguas negras y agua potable, respectivamente.
 - h. Inspeccionar, Engrasar y Lubricar sistemas de agua potable, aguas negras y aguas lluvias, incluyendo motores y bombas. Informar oportunamente a **EL FRANQUICIANTE** de cualquier vibración excesiva, ruido, fuga, disfunción, etc.
 - i. Drenar el Tanque del Calentador de agua por lo menos dos veces por año utilizando la válvula de drenaje provista a fin de remover sedimentación corrosiva.
 - j. Reemplazar todo tipo de mangera flexible de agua ó aire cada vez que se requiera para el uso adecuado de los equipos y sistemas.
 - k. Reparar cualquier daño, filtración u obstrucción en los sistemas de Aguas Lluvias, Aguas Negras y Agua Potable, incluyendo Cisternas.
- 6. Compresor de Aire/Agua y Equipo Hidroneumático.**
- a. Drenar el agua diariamente y limpiar filtros de aire regularmente.
 - b. Engrasar y Lubricar cada vez que sea requerido, y realizar cambio de aceite por lo menos una vez cada seis meses.
 - c. Ajuste de bandas y reposición de las mismas, cada vez que sea requerido. Reemplazo de Filtros.
 - d. Ajuste y cambio de empaques en Válvulas en caso de presentar fugas ó cuándo sea requerido.
 - e. Reemplazo de motor cuándo sea por mal uso del equipo ó falta de mantenimiento.
 - f. Informar oportunamente a **EL FRANQUICIANTE** de cualquier disfunción observada en éstos equipos.
- 7. Edificios.**
- a. Mantener en todo momento la pista y los pisos limpios, libres de grasas, combustibles ó aceites.
 - b. Reparar cualquier daño a consecuencia de la adición ó remoción de equipos del **FRANQUICIADO**.
 - c. Reparación de Goteras cada vez que sea requerido, y Limpieza de Canales de Aguas Lluvias en techos y bajantes.
 - d. Reemplazo de Plafones de fibra mineral en cielos falsos, ó reparaciones en cielos falsos de tablayeso u otro material cuándo se encuentren sucios ó manchados a consecuencia de goteras, fugas de agua, etc.
 - e. Limpieza de Paredes interiores y exteriores de edificios y reemplazo de llavines, Puertas metálicas y de madera cuándo sea requerido.
 - f. Limpieza de Pista, removiendo cualquier mancha de grasa, aceites ó combustibles.

- g. Mantener los edificios libres de pestes, implementando regularmente un programa de control de pestes.
- h. Reparar daños a Paredes, Estructuras ó Instalaciones Físicas.
- i. Reparar ó Reemplazar balastos, arrancadores, interruptores, tomacorrientes ó transformadores para edificios e instalaciones.
- j. Obtener autorización previa por escrito del **FRANQUICIANTE** para colocar rótulos ó publicidad indicando la ubicación solicitada.

9. Pintura

- a. Mantener la buena apariencia de las superficies pintadas limpiando periódicamente y removiendo huellas de grasa, graffitti, etc.
- b. Pintura de interiores de edificios en cualquier momento.
- c. Pintura de exteriores fuera del calendario de programación.

10. Vidrios.

- a. Limpieza de Ventanas y Cristales regularmente.
- b. Remover tapes, stickers y publicidad caduca de ventanas y cristales.
- c. Reemplazar Espejos en baños cuándo sean quebrados.
- d. Reemplazar todo cristal, ventana ó ventanal cuándo se quiebre, excepto por eventos fortuitos cómo huracanes, terremotos ó inundaciones; en éste último caso se deberá informar inmediatamente a **EL FRANQUICIANTE**.

11. Baños.

- a. Limpieza de baños en todo momento, incluyendo muebles sanitarios, paredes, cielo falso, espejos y basureros cuyos desperdicios deberán ser removidos por lo menos dos veces al día.
- b. Suministro de materiales de higiene personal cómo papel higiénico, toallas, jabones, desinfectantes, etc.
- c. Reemplazo de dispensadores y recipientes de basura cada vez que sea requerido.
- d. Reemplazo de accesorios para muebles sanitarios, incluyendo sentaderas de inodoros, accesorios internos de tanque, grifos, empaques, trampas, válvulas, etc. cada vez que sea requerido.
- e. Reemplazo de Puertas de baños y rótulos de "hombres "y "mujeres" cuándo sea requerido.
- f. Desobstrucción de tuberías a consecuencia de objetos extraños introducidos por los inodoros ó urinarios, excesivo papel, etc.
- g. Informar oportunamente a **EL FRANQUICIANTE** de cualquier reparación mayor requerida en baños que no sea consecuencia de falta de mantenimiento ó introducción de objetos inapropiados.

12. Tanques.

- a. Revisión diaria de contaminación de agua de todos los Tanques de Combustible enterrados utilizando pasta en la vara. Informar inmediatamente a **EL FRANQUICIANTE** si se detecta agua en niveles no aceptables.
- b. **EL FRANQUICIADO** suministrará las varas especializadas estándar para medición de tanques y pastas para detección de agua.
- c. Respetar cualquier alarma relacionada con el funcionamiento de los Tanques ó monitoreo de equipos, incluyendo:
 - Rectificadores de Protección Catódica.

- Monitores electrónicos de niveles de tanques.
 - Monitores intersticiales (Tanques de doble pared).
 - Monitores de aguas subterráneas.
 - Monitores de suelo.
 - Detectores de Fugas (mecánicos ó electrónicos)
 - Otros equipos aprobados.
- d. Inspeccionar Tapaderas, Manholes, Tubos de Inspección, y Cámaras de recuperación de vapores por lo menos una vez por semana. En caso de detectar anomalías, informar de inmediato a **EL FRANQUICIANTE**.
- e. Drenar y Mantener limpios los contenedores de llenado. En caso de no drenar, informar a **EL FRANQUICIANTE**.
- f. Limpieza de Tanques de Combustible antes de lo programado (diez años)

13. Bombas y Dispensadoras.

- a. Reposición de los siguientes accesorios ó equipos:
- Manguera para combustibles y accesorios (varias medidas).
 - Pistola para combustible y accesorios (varias medidas).
 - Cañones, boquillas y accesorios para pistola de combustibles.
 - Válvula de seguridad y accesorios de instalación (break away).
 - Válvula de impacto y accesorios de instalación (shear valve) spreader, defensas.
 - Filtros de combustible para bombas y dispensadoras.
 - Base activadora donde descansa la pistola (porta pistola).
 - Balastos o arrancadores a transformadores para bombas e Interruptor para luces de bomba.
 - Preset de programación de bombas y dispensadoras.
- b. Reparaciones causadas por accidentes de cualquier tipo ya sea por **EL FRANQUICIADO**, su personal, sus contratistas ó terceras personas en bombas, dispensadoras, islas, defensas, spreader, etc.
- c. Calibraciones fuera de calendario de programación.
- d. Limpieza diaria apropiada de bombas y dispensadoras, manteniéndolas libres de polvo y agua.
- e. Informar inmediatamente a **EL FRANQUICIANTE** en caso de detectar un malfuncionamiento de los equipos.

14. Misceláneos.

- a. Reparación, Mantenimiento y Reemplazo de Mangueras para aire y agua.
- b. Reparación, Mantenimiento y Reemplazo de todos los llaves y llaves.
- c. Resocado de Tornillos, Tuercas, Pernos y lubricación de engranajes mecánicos.
- d. Mantenimiento periódico y Recargas de Extinguidores, debiendo mantenerlos listos y en perfectas condiciones en todo momento.
- e. **EL FRANQUICIADO** asume la responsabilidad financiera por todo daño causado por él mismo, sus familiares, sus empleados, sus contratistas ó terceras personas a los equipos y/o propiedades del **FRANQUICIANTE**, incluyendo pero no limitándose a Edificios, Instalaciones, Baños, Rótulos, Iluminación, Canopy, Equipos, etc.

D. EQUIPOS NO PROPIEDAD DE EL FRANQUICIANTE.

EL FRANQUICIADO será responsable financieramente de todos aquellos equipos que no sean propiedad del **FRANQUICIANTE** incluyendo pero no limitándose a su mantenimiento preventivo y correctivo, reparaciones y reemplazo.

E. PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE ACUERDO A:

EL FRANQUICIANTE reconocerá el 50% del costa en reparaciones o cambio de motores eléctricos de: compresores, generadores eléctricos y cisternas propiedad del **FRANQUICIANTE**, el 50% restante será pagado por el

PARTICIPACION DE EL FRANQUICIANTE EN UN 100%

Únicamente en la mano de obra para las siguientes actividades:

- a. Revisión y reparación de computadores en dispensadoras.
- b. Revisión y reparación de medidores (metros).
- c. Reparación de motores y bombas auto contenidas para combustible.
- d. Revisión y reparación de unidades de bombeo.
- e. Revisión y reparación de líneas de succión (tuberías rígidas y flexibles).
- f. Revisión y reparación de sistemas de aire (tubería, torres o pedestales para aire).
- g. Revisión y reparación de compresores para aires propiedad del **FRANQUICIANTE** (no incluye motor).
- h. Instalación de vidrios en bombas dispensadoras.
- i. Revisión de fallas eléctricas en: bombas, dispensadoras, compresores, bombas sumergibles, rótulos y fascias.
- j. Sustitución de placas a tarjetas electrónicas dañadas en dispensadores, consolas.

Daños a las estructuras, instalaciones, tapaderas para cajas de registros, paredes. Instalaciones hidráulicas para aguas lluvias y aguas negras de considerarse que los mismos son ocasionados por deterioro normal de su usa aplicable únicamente en aquellas estaciones propiedad de la Compañía.

ANEXO 4
TARJETAS Y FORMA DE PAGOS

Los procedimientos y acuerdos específicos relativos a las Tarjetas de Transacción serán definidos en los Manuales.

1. INTERPRETACIÓN

En éste Anexo:

- a. Las referencias a las cláusulas se refieren a las cláusulas del Contrato salvo especificación en contrario, y
- b. Las referencias a los párrafos se refieren a los párrafos del Anexo.
- c. En caso de diferencia entre las disposiciones de los Manuales y las de éste Anexo, prevalecerán las de los Manuales.

2. TARJETAS DE TRANSACCION AUTORIZADAS

EL FRANQUICIADO deberá suscribir con el banco emisor de las Tarjetas de Transacción y Combustible (si fuese necesario) aprobadas por **EL FRANQUICIANTE** el correspondiente contrato bajo los términos establecidos por **EL FRANQUICIANTE**.

Las Tarjetas de Transacción autorizadas por **EL FRANQUICIANTE** conforme a la cláusula QUINTA del Contrato se detallan en el Manual de Operación de Franquicia de Tienda de Conveniencia XXX. **EL FRANQUICIANTE** podrá agregar o retirar Tarjetas de Transacción de la lista del Apéndice 2 en cualquier momento mediante notificación por escrito al **FRANQUICIADO**.

EL FRANQUICIADO no aceptará ni procesará, ni directa o indirectamente promoverá otras Tarjetas de Transacción que no fueren las detalladas en el Manual de Operación de Franquicia de Tienda de Conveniencia XXX.

3. ACEPTACION Y PROCESAMIENTO DE TARJETAS DE TRANSACCIÓN

El procesamiento de la aceptación y transacción de las Tarjetas de Transacción está sujeto a los términos y condiciones estipuladas en este Anexo y los Manuales, y **EL FRANQUICIADO** se obliga a cumplir con dichos términos y condiciones en todo momento.

Sin perjuicio de las demás obligaciones del **FRANQUICIADO** respecto de sus empleados, funcionarios o terceros contratados por **EL FRANQUICIADO** para el cumplimiento de las obligaciones que para éste derivan del contrato, éste se obliga a que sus empleados, funcionarios y terceros cumplan con las obligaciones, procedimientos y requerimientos que deben ser cumplidos por **EL FRANQUICIADO** con respecto a las Tarjetas de Transacción, incluyendo pero no limitando, lo relativo a los procedimientos de aceptación y estándares de seguridad.

EL FRANQUICIADO se obliga a cumplir con los procedimientos para el manejo de las transacciones cargadas según se establece en los Manuales.

4. LEALTAD E INCENTIVOS

EL FRANQUICIADO no ofrecerá ni otorgará directa o indirectamente beneficios, en efectivo o de otra clase, a ningún usuario de las Tarjetas de Combustible detalladas en el Manual de Operación de Franquicia de Tienda de Conveniencia XXX, además de los productos o servicios entregados o suministrados con la Tarjeta de Combustible. Esta prohibición se aplicará independientemente de que el usuario fuera tenedor de la tarjeta, empleado de éste o un tercero permitido.

Dicha prohibición incluye no ofrecer un plan de lealtad o puntos bajo un plan de lealtad o recompensas o regalos, salvo especificación en contrario por parte del **FRANQUICIANTE** para grupos de clientes de Tarjetas de Combustible específicos o tipos de Tarjetas de Combustible.

EL FRANQUICIADO no aplicará a los usuarios de Tarjeta de Transacción precios distintos que para los usuarios que abonan en efectivo, especialmente precios de bomba para Combustibles para Motores o precios de venta para bienes de Tienda de Conveniencia. **EL FRANQUICIADO** no cargará costos o aranceles directa o indirectamente a usuarios de Tarjeta de Transacción o en relación con la aceptación de una Tarjeta de Transacción, salvo que fuera expresamente permitido por este Anexo.

5. PROMOCION DE TARJETAS DE COMBUSTIBLES POR PARTE DEL FRANQUICIADO

EL FRANQUICIADO activamente promoverá y respaldará el mercadeo del **FRANQUICIANTE** de las Tarjetas de Combustibles. **EL FRANQUICIADO** identificará posibles clientes para Tarjetas de Combustibles del **FRANQUICIANTE** y proporcionará los detalles de contacto de tales clientes (por ej. nombre, domicilio) al **FRANQUICIANTE**.

Ante la solicitud general o específica del **FRANQUICIANTE**, **EL FRANQUICIADO** se comunicará con los clientes y les informará sobre las Tarjetas de Combustibles. Sin embargo, **EL FRANQUICIADO** no está autorizado a negociar o realizar transacciones en nombre del **FRANQUICIANTE**.

Los servicios del **FRANQUICIADO** conforme a los párrafos 6.a y 6.b de la cláusula siguiente forman parte de los Servicios y **EL FRANQUICIANTE** no realizará pago adicional alguno.

6. DATOS DEL TENEDOR DE LA TARJETA

Sin perjuicio de las demás obligaciones de confidencialidad, la información relativa al tenedor de la tarjeta, como números de cuenta, datos personales o información sobre el tenedor de la tarjeta, será mantenida por **EL FRANQUICIADO** bajo términos de confidencialidad y la comunicará únicamente al **FRANQUICIANTE**, cuando **EL FRANQUICIANTE** sea la emisora de la Tarjeta de Transacción o mantenga relación primaria con la Institución de la Transacción, o según fuera requerido por ley.

EL FRANQUICIANTE se reserva el derecho de utilizar la información de las transacciones que eligió procesar con el fin de monitorear el cumplimiento por parte del **FRANQUICIADO** de las obligaciones que para él derivan del Contrato y los Manuales.

7. MODIFICACIONES AL ANEXO Y MANUALES

EL FRANQUICIANTE se reserva el derecho de modificar éste Anexo y/o los Manuales relativos a las Tarjetas de Transacción a su criterio exclusivo, incluyendo pero no limitando eliminar, agregar o cambiar

cualquier Tarjeta de Transacción autorizada, el procesamiento de Tarjetas de Transacción, los productos y servicios relativos a una Tarjeta de Transacción y los aranceles de procesamiento de la Tarjeta de Transacción.

PART 2 DE ANEXO 3

TARJETAS DE TRANSACCION

Se entenderá cualquier tarjeta de crédito, tarjeta de débito, identificaciones de crédito, tarjetas pre-pagadas, Tarjetas de Combustible y otras tarjetas de autorización de transacción.

Visa
Master Card
American Express
Tarjetas de Debito
Tarjetas Específicas:
Tarjeta XXX-Ficohsa

Por el servicio de tarjetas de crédito y/o POS en las Estaciones de Servicio, **EL FRANQUICIADO** deberá cubrir un pago de comisión al banco emisor y por sus propios medio, según la negociación realizada por **EL FRANQUICIANTE** con la entidad emisora

Es entendido y aceptado por **EL FRANQUICIADO** que las anteriores comisiones podrían variar de conformidad con los acuerdos con las emisoras de tarjeta de crédito. Se les notificara con debida anticipación los cambios.

TARJETAS DE COMBUSTIBLE

se entenderá cualquier método de pago oportunamente designado como tal por **EL FRANQUICIANTE** en los ANEXOS, ya sea emitido por este o por un Afiliado del mismo o por un tercero, cuyas tarjetas se haya comprometido a aceptar en algunas o todas sus estaciones de servicio de combustibles.

TARJETA XXX FICOHSA

Tarjeta destinada para clientes que desean recibir un descuento en combustible; dicha tarjeta será aceptada en todas las Estaciones de Servicio XXX y Tiendas de Conveniencia XXX.

Descuento 6% en Combustible y Tienda de Conveniencia

1% Acumulación de Puntos en otros establecimientos

*Dicho descuento asumido por Emisora de Tarjeta. Favor ver Manual de Emisor de Tarjeta.

TARJETA DE FLOTA "XXX FLEET CARD

Destinada para clientes de crédito; **EL FRANQUICIANTE** se encargara de vender dicha tarjeta que será aceptada en las Estaciones de Servicio XXX.

Los cobros de las comisiones de ambas tarjetas serán debitados del dinero que ellas transfieren al **FRANQUICIADO**.

Los procedimientos y acuerdos específicos relativos a las Tarjetas de Transacción serán definidos en los Manuales del proveedor.

ANEXO 5

HORARIO DE OPERACIÓN DE ESTACION DE SERVICIO

El horario de atención de la Estación de Servicio se establece en el siguiente cuadro:

LUNES	6 AM- 9 PM
MARTES	6 AM- 9 PM
MIERCOLES	6 AM- 9 PM
JUEVES	6 AM- 9 PM
VIERNES	6 AM- 9 PM
SABADO	6 AM- 9 PM
DOMINGO	6 AM- 9 PM

EL FRANQUICIADO se compromete a seguir el siguiente Horario con el fin de mejorar sus ventas y la lealtad de sus clientes. En todo caso de no cumplir con lo estipulado **EL FRANQUICIANTE** se vera obligado a notificar al **FRANQUICIADO** su incumplimiento con la advertencia que el incumplimiento del mismo es una causal de terminación del presente Contrato.

ANEXO 6

CANTIDADES MÍNIMAS MENSUALES

PRODUCTO	CANTIDADES MÍNIMAS MENSUALES
Gasolina Súper	XX,000 galones
Gasolina Regular	XX,000 galones
Diesel	XX,000 galones
Biodiesel	No aplica
Kerosina	No aplica
Lubricantes	No aplica

ANEXO 2 – ENTREVISTAS REALIZADAS

ENTREVISTAS TIPO A



ENTREVISTA AL FRANQUICIANTE

Nombre: CINDY MORENO

Empresa: SULA MARKET

Cargo: RETAIL

A continuación se plantean una serie de interrogantes con el objetivo de conocer a detalle la opinión del titular de una marca reconocida, cuya operación delega a terceros bajo la modalidad de franquicia.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las preguntas.

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que usted o la empresa que representa franquicia a un tercero?
CENTRO DE CONVENIENCIA
2. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de franquiciar un negocio?
BENEFICIO ECONOMICO, FAMILIARIZACION DE LA MARCA CON EL CONSUMIDOR FINAL Y EL COMERCIO EN GENERAL.
3. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas y complicaciones de franquiciar un negocio?
QUE EL FRANQUICIADO DÉ FIEL CUMPLIMIENTO A LOS ESTANDARES ESTABLECIDOS POR LA MARCA
4. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?
NO
5. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?
SI CONSIDERO CONVENIENTE PORQUE SE PODRÍA CONTAR CON EL APOYO DEL ESTADO Y SE OBTENDRÍA MAYOR CONOCIMIENTO DE LAS EXIGENCIAS DEL GOBIERNO EN CUANTO PERMISOS Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.

6. De ser positiva la respuesta 4, favor responder la siguiente pregunta:

¿Considera que la debida enmarcación en la ley de las franquicias, facilitarían la resolución del conflicto detallado anteriormente?

7. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?

EXONERACIÓN DE IMPUESTOS PARA EL FRANQUICIANTE Y TAMBIEN AYUDARÍA QUE SE EXONERARA DE CIERTOS IMPUESTOS AL FRANQUICIADO PARA QUE AMBOS PODAMOS APROVECHAR Y TENER MAYOR LUCRO.

Comentarios:

EXITOS!

ENTREVISTA AL FRANQUICIANTE

Nombre: Mauricio Vitola

Empresa: UNO HONDURAS

Cargo: Gerencia de Ventas Retail

A continuación se plantean una serie de interrogantes con el objetivo de conocer a detalle la opinión del titular de una marca reconocida, cuya operación delega a terceros bajo la modalidad de franquicia.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las preguntas.

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que usted o la empresa que representa franquicia a un tercero?
Estaciones de Servicio y Tiendas de Conveniencia.
2. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de franquiciar un negocio?
 - Inversión compartida por ambas partes para el desarrollo del negocio
 - Publicidad de la marca o marcas
 - Mayor beneficio económico en menor tiempo
3. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas y complicaciones de franquiciar un negocio?
Un mal manejo de del negocio y exposición de la marca podría impactar directamente en la imagen de la marca.
4. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?
Ninguno, sin embargo, es gracias a la debida diligencia del equipo y respuesta rapida del equipo.
5. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?
Si, considero conveniente para que funja como apoyo a la prevención de contingencias legales y comerciales no estipuladas en la ley.

6. De ser positiva la respuesta 4, favor responder la siguiente pregunta:

¿Considera que la debida enmarcación en la ley de las franquicias, facilitarían la resolución del conflicto detallado anteriormente?

N/A

7. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?

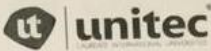
Apoyo en temas fiscales y tributarios para poder impulsar el crecimiento de negocios en desarrollo y facilidad en la gestión de autorizaciones estatales.

Comentarios:

Nombre: Oscar Flores Pavón

Empresa: PRONTO

Cargo: Coordinador Comercial y Franquicias



ENTREVISTA AL FRANQUICIANTE

Nombre:

Empresa:

Cargo:

A continuación se plantean una serie de interrogantes con el objetivo de conocer a detalle la opinión del titular de una marca reconocida, cuya operación delega a terceros bajo la modalidad de franquicia.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las preguntas.

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que usted o la empresa que representa franquicia a un tercero?
La franquicia de Tiendas y Centros de Conveniencia Pronto.
2. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de franquiciar un negocio?
 - Reduce riesgo en la inversión de un negocio
 - Recibe el "know how" de un modelo de negocio
 - Apoyo de la cadena con proveedores
 - Mejores costos de proveedores
3. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas y complicaciones de franquiciar un negocio?
 - Se necesita un capital de inversión fuerte para el año 1
 - Demanda tiempo, dedicación y mucho esfuerzo.
4. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?
Si y resolvió por común acuerdo entre las partes.

5. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?

Si considero que haya un ente regulador para la resolución de conflictos.

6. De ser positiva la respuesta 4, favor responder la siguiente pregunta:

¿Considera que la debida enmarcación en la ley de las franquicias, facilitarían la resolución del conflicto detallado anteriormente?

Si podrían facilitar la resolución de conflictos siempre y cuando sea imparcial

7. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?

- Prestamos con tasa de interés preferencial
- Período de gracia en ISV para el año 1 de operación

Comentarios:

ENTREVISTAS TIPO B



ENTREVISTA AL FRANQUICIADO

Nombre: JOHANNA WALESKA LOPEZ WAGNER

Empresa: SOLES HONDURAS S DE R.L.

Cargo: Gerente General

A continuación se plantean una serie de preguntas con el objetivo de conocer a detalle la opinión del **franquiciado** sobre su experiencia en la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia en Honduras.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que opera bajo la modalidad de franquicia actualmente?
Tienda Pronto Montecarlo
2. ¿Cuánto tiempo ha operado un negocio bajo la modalidad de franquicia?
Cuatro (4) años
3. ¿Qué le impulsó a emprender e invertir en una franquicia?
La oportunidad de obtener experiencia y ganancias con un negocio, si bien desconocido para mí en un primer momento, no así para mi familia, quien ya ha manejado este tipo de negocios.
4. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?
Ventajas: la posición de la marca, experiencia de los franquiciantes en el negocio, mejores y mayores negociantes con los proveedores
Beneficios: ventas altas aseguradas, asegurando la venta se obtienen más ganancias.
5. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?
.- Pago de altas regalías
.- Condicionamiento de planimetrías a su estilo

6. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?

No he llegado a un conflicto legal meramente, pues luego de algunas discrepancias con mi franquiciante, se resolvieron en las primeras reuniones establecidas en el Contrato de Franquicia, que nos llevaba a implementar un procedimiento antes de acudir al Centro de Conciliación y Arbitraje.-

7. ¿Qué le gustaría que se incluyera en el o los contrato(s) de franquicia que actualmente tiene suscrito(s) con el propietario de la marca del negocio o franquiciante?

Acuerdos justos para ambas partes, ya quien invierte en una franquicia, quien provee el capital de trabajo es el franquiciado.-

8. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?

a.- Apoyo o incentivos para el empresario, por medio de: financiamiento en la banca (pública o privada)

b.- Beneficios fiscales para el franquiciado, no solo para el franquiciante.

c.- Seguridad (policía civil o militar) en los negocios o establecimientos.-

9. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?

Según tengo conocimiento, el Código de Comercio, Código Civil y los mismos Contratos, regulan nuestras relaciones, si se impulsa una ley que regule las Franquicias, que no sea ésta en beneficio, como siempre del Franquiciante, que es quien tiene todos los beneficios fiscales.-

ENTREVISTA AL FRANQUICIADO

Nombre: José Walter Valenzuela

Empresa: DIPROE SA DE CV

Cargo: Gerente General

A continuación se plantean una serie de preguntas con el objetivo de conocer a detalle la opinión del **franquiciado** sobre su experiencia en la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia en Honduras.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que opera bajo la modalidad de franquicia actualmente?
R/ Gasolinera
2. ¿Cuánto tiempo ha operado un negocio bajo la modalidad de franquicia?
R/ 4 años
3. ¿Qué le impulsó a emprender e invertir en una franquicia?
R/ Ya contábamos con la infraestructura y solo se ocupaba la franquicia para operarla.
4. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?
R/ Ventajas
 - La franquicia proporciona todo el know how para la operación del negocio.
 - Se cuenta con la lealtad del cliente a la marca de la franquicia.
 - Se participa en todo tipo de promociones que la Franquicia realiza
 - Se cuenta con alianzas estratégicas con otras empresas
 - Se hace mercadeo constante de la marca de la franquicia
 - Se obliga al franquiciado a trabajar a la altura y exigencia de la franquicia
 - Hay constante retroalimentación sobre atención al cliente
5. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?
 - Si la franquicia contara con mala imagen, esta podría afectar al franquiciado.

6. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?

R/ No

7. ¿Qué le gustaría que se incluyera en el o los contrato(s) de franquicia que actualmente tiene suscrito(s) con el propietario de la marca del negocio o franquiciante?

R/ Metodos que incentiven el crecimiento del negocio

8. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?

R/ El gobierno podría dar incentivos fiscales, como ser la reducción del pago de impuestos en los primeros años del negocio por la creación de empleos.

9. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?

R/ Desde el punto de vista de nuestro contrato no veo la necesidad que se cree una ley, ya que las partes se ponen de acuerdo antes de firmar el contrato y se negocian todos los puntos del mismo.

Comentarios:

ENTREVISTA AL FRANQUICIADO

Nombre: RJRC

Empresa: HONDU INVERSIONES

Cargo: GERENTE

A continuación se plantean una serie de preguntas con el objetivo de conocer a detalle la opinión del **franquiciado** sobre su experiencia en la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia en Honduras.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que opera bajo la modalidad de franquicia actualmente?
ESTACIONES DE SERVICIO Y TIENDAS DE CONVENIENCIA
2. ¿Cuánto tiempo ha operado un negocio bajo la modalidad de franquicia?
8 AÑOS
3. ¿Qué le impulsó a emprender e invertir en una franquicia?
CRECIMIENTO EMPRESARIAL
4. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?
APOYO CON EL KNOW HOW , MENOR INVERSION, PRODUCTIVIDAD MAS RAPIDA EN RELACION AL CAPITAL INVERTIDO
5. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?
NO PODER CRECER AL RITMO QUE EL FRANQUICIANTE DESEA, ESTAR SUJETO A ALGUNAS NORMAS BUROCRATICAS PARA PODER CRECER MAS RAPIDO

6. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?
NINGUN CONFLICTO
7. ¿Qué le gustaría que se incluyera en el o los contrato(s) de franquicia que actualmente tiene suscrito(s) con el propietario de la marca del negocio o franquiciante?
UN TIEMPO MAYOR PARA SEGURIDAD DE LAS INVERSIONES Y COMPROMISOS OBTENIDOS POR TODO LO RELACIONADO CON LA FRANQUICIA
8. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?
EXONERACIONES DE IMPUESTO Y APOYO EN CAPACITACIONES CONSTANTES
9. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?
MEJORAR LO RELACIONADO CON LA LEYES QUE AFECTA Y REGULAN EL CONTRATO ATIPICO DE FRANQUICIA.

Comentarios:

ENTREVISTA AL FRANQUICIADO

Nombre: Mauricio Molina

Empresa: Super 7 Palmira

Cargo: Gerente General

A continuación se plantean una serie de preguntas con el objetivo de conocer a detalle la opinión del **franquiciado** sobre su experiencia en la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia en Honduras.

Favor brindar una respuesta breve a cada una de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el o los negocio(s) que opera bajo la modalidad de franquicia actualmente?
Tienda de Conveniencia

2. ¿Cuánto tiempo ha operado un negocio bajo la modalidad de franquicia?
7 años

3. ¿Qué le impulsó a emprender e invertir en una franquicia?
Obtener alguna rentabilidad y la posibilidad de expandirse

4. ¿Según su experiencia, cuáles son las ventajas y beneficios de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?

Ventajas: Formatos ya establecidos y productivos

Desventajas: Algunas políticas a veces surgen nuevas oportunidades.

5. ¿A su criterio, cuáles son las desventajas de operar un negocio bajo la modalidad de franquicia?

6. ¿Ha tenido usted o la empresa que representa algún conflicto legal derivado de la operación de un negocio bajo la modalidad de franquicia y como se resolvió?

No.

7. ¿Qué le gustaría que se incluyera en el o los contrato(s) de franquicia que actualmente tiene suscrito(s) con el propietario de la marca del negocio o franquiciante?

Margenar mejoras en el precio del royalty.

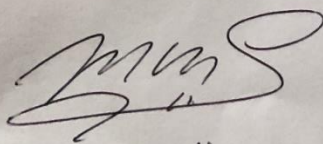
8. ¿Qué medidas considera usted que el gobierno podría tomar para fomentar la expansión de pequeños negocios a través de la modalidad de franquicia?

- Facilidad en permisos de operación.
- Créditos blandos especializados para esta industria

9. Actualmente, no existe una ley que regule el Contrato de Franquicia como modalidad de operación de un negocio. ¿Considera conveniente que se impulse la publicación de una ley y creación de un ente regulador y por qué?

Si siempre y cuando se socialice con todas las partes para obtener un trato más justo.

Comentarios:


Mauricio Molina

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fuente, M. de la, & Echarri, A. (1999). Modelos de contratos internacionales. FC Editorial.
- Giron Cardenas, J. (s.f.). Investigación publicada por la Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrión de Chile.
- Quiroga Olaya, A.F. (2012). Contrato de Franquicia: Propuesta de Regulación en la Comunidad Andina.
- Zoila Rosa Vargas Cordero. (2008). La Investigación Aplicada: Una Forma de Conocer las Realidades con Evidencia Científica.
- Alberto de La Fuente y De La Concha. (2003) Análisis y Propuesta de Regulación del Contrato de Franquicia en la Legislación Mexicana
- Dora García Fernandez y Jorge Witker Velasquez. (2015) La Metodología de la Investigación Jurídica en el Siglo XXI.
- William Fernando Martinez Luna (2013) Ley Aplicable al Contrato de Franquicia Internacional en la Unión Europea.
- <https://toptenexpansion.com/elementos-esenciales-contrato-franquicia/>
- <https://www.entrepreneur.com/article/263721>
- <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/tesis2012/tesis08.pdf>
- <https://www.paicomogollon.com/contratos/el-contrato-de-franquicia/>
- <https://www.globalnegotiator.com/blog/contrato-internacional-de-franquicia-modelo-definicion/>
- https://www.wipo.int/sme/es/ip_business/licensing/franchise_license.htm
- <https://agustingrau.com/franquicias-franquicia/>
- <https://debitoor.es/glosario/definicion-de-franquicia>
- <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-una-franquicia-y-como-funciona/>
- <https://www.apd.es/que-es-el-know-how/>
- <http://blog.pucp.edu.pe/blog/blogdemarioalva/2014/11/21/las-regal-as-y-su-deducci-n-como-gasto-para-el-impuesto-a-la-renta/>
- <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/download/2752/2397/0>

Tegucigalpa M. D. C., 24 de junio de 2019

Sres.
Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC)
Tegucigalpa M. D. C.
Su oficina,

Estimados Señores UNITEC:

Deseándoles éxitos en sus funciones diarias, por medio de la presente me dirijo a ustedes de la manera más cordial para hacer constar que he revisado y validado el trabajo de investigación final de graduación de Máster en Derecho Empresarial elaborado por el Abogado Gabriel Antonio Haddad Yacub por lo tanto ratifico mi Visto Bueno en lo que corresponde a los aspectos de fondo de dicho trabajo.

Sin ningún otro particular me despido con un cordial saludo;

Atentamente,


Abogado Fernando Aguilar Cárcamo
ID: 0801-1989-21504
Colegiación 16860

