

Fecha: 2016 - 2017

Sección: Artículo

Página: 00

Hoja: 1

Franquigüía



Fecha: 2016 - 2017

Sección: Artículo

Página: 18

Hoja: 2

Franquigüía

ARTÍCULO

ARTÍCULO



Walter Aguirre
AGUIRRE ABOGADOS & ASESORES
Socio Principal

"Planeamiento Legal de Internacionalización del Sistema de Franquicias"

Una de las decisiones más importantes de un sistema de franquicia es el de la internacionalización, no solo por la expansión del negocio sino también por el reto de llegar a nuevos mercados, muchas veces con realidades y costumbres totalmente distintas. Al cierre de 2016, tendremos más de 30 conceptos peruanos en el extranjero, la mayoría de ellos pertenecientes al sector gastronómico, y principalmente localizados en Latinoamérica debido a la proximidad geográfica y el idioma. Sin embargo, los sistemas y mercados van evolucionando, y hoy empezamos a tener franquicias peruanas no solo en Latinoamérica, sino también en Norteamérica, Europa y Medio Oriente, y en otros sectores como servicios, moda, joyería y belleza.

En este sentido, una vez tomada la decisión de internacionalizar el sistema de franquicia, resultará vital una adecuada planificación, la cual sintetizo en los siguientes tres pasos:

- Establecer los criterios mínimos para la elección de país de destino
- Desarrollar un "Planeamiento Legal de Internacionalización"
- Definir el modelo legal de desarrollo del sistema de franquicia

En relación a determinar los criterios mínimos para elegir el país de destino, debemos considerar la estabilidad económica y los niveles de crecimiento económico del país elegido, la situación del sector específico de la franquicia, el tamaño del mercado, el poder adquisitivo del consumidor, así como el retorno sobre la inversión que podamos obtener. Asimismo, otros factores como el clima, las costumbres y la proximidad geográfica resultarán relevantes.

Por otro lado, desarrollar el Planeamiento Legal de Internacionalización involucrará, en primer lugar, verificar las normas de protección a la propiedad intelectual (incluyendo regulación local de marcas, know-how y patentes). En segundo lugar, y no menos importante, verificar la existencia de regulación específica en franquicias, ya que a la fecha se sigue incrementado el número de jurisdicciones reguladas de manera puntual, ya sean normas que regulen (i) la divulgación de información antes de



la suscripción del contrato, (ii) el registro previo del sistema o de los franquiciantes y (iii) las normas de relación que rigen y definen los principales términos del contrato de franquicia.

Adicionalmente, se debe evaluar la legislación general del país de destino, incluyendo las normas de comercio exterior, así como las normas fiscales, los convenios para evitar la doble imposición tributaria, los tratados de libre comercio, etc.

En tercer lugar, se deberá determinar el modelo legal de desarrollo de la franquicia en el país de destino, el cual dependerá del nivel de inversión que quiera efectuar el franquiciante, así como el nivel de control sobre el negocio. Es de ese modo que el modelo podrá variar desde la inversión directa del franquiciante en un joint venture con un socio estratégico, hasta el otorgamiento de una franquicia unitaria, una multi-unidad o una franquicia maestra en el país de destino. Asimismo, recomiendo elaborar un presupuesto para la internacionalización considerando los costos de

viaje durante la etapa de negociación puesta en marcha, estudios de mercado y retail, costos para los registros, marcas y los honorarios iniciales de asesores en el país destino.

En línea con lo expuesto, para una internacionalización exitosa solo planificarla adecuadamente eligiendo correctamente el futuro franquiciado y el lugar destino, sino también analizando el contexto en que se desarrollará el sistema de franquicia, donde a veces los aspectos jurídicos se están determinando.