

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE DERECHO**  
**ESCUELA DE DERECHO**



**Responsabilidad solidaria al franquiciante por daños frente al consumidor  
en la legislación peruana**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
ABOGADO**

**AUTOR**

**Heiss Nehyra Campos Gallardo**

**ASESOR**

**Victor Javier Sanchez Seclen**

<https://orcid.org/0000-0002-3953-5526>

**Chiclayo, 2022**

**Responsabilidad solidaria al franquiciante por daños frente al  
consumidoren la legislación peruana**

PRESENTADA POR

**Heiss Nehyra Campos Gallardo**

A la Facultad de Derecho de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**ABOGADO**

APROBADA POR

Manuel Francisco Porro Rivadeneira

PRESIDENTE

Vanessa Huaccha Vidaurre

SECRETARIO

Victor Javier Sanchez Seclen

VOCAL

### **Dedicatoria**

A mis padres, abuelo y familia por incentivarne a cumplir mis objetivos y metas propuestas.

A mi ángel, Rosa Rafael Uriarte.

A Lisseht Chuinga Mendo, por darme ánimos para continuar y lograr la conclusión de este proyecto de investigación.

### **Agradecimientos**

A Dios, por haberme dado la fortaleza de poder concluir este presente trabajo.

A mis padres, por el apoyo incondicional e infalible.

Al Dr. Víctor Javier Sánchez Seclen y Dr. Manuel Francisco Porro Rivadeneira, por su asesoría constante para lograr culminar la presente investigación.

# RESPONSABILIDAD SOLIDARIA AL FRANQUICIANTE POR DAÑOS FRENTE AL CONSUMIDOR EN LA LEGISLACIÓN PERUANA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>11</b> %	<b>11</b> %	<b>1</b> %	<b>2</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>2</b>	<b>thelegaltimes.es</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>repositorio.cuc.edu.co</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>guillermochangabogados.blogspot.com</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>core.ac.uk</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>revistas.ustatunja.edu.co</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>8</b>	<b>repositorio.urp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %

## Índice

<b>Resumen.....</b>	<b>6</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>7</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>8</b>
<b>Revisión de literatura .....</b>	<b>10</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>22</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>23</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>32</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>33</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>34</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>38</b>

## Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar en qué casos se deberá atribuir responsabilidad solidaria al franquiciante por daños frente al consumidor en la legislación peruana. Para esta investigación fue necesario analizar el contrato de franquicia en relación con los derechos del consumidor en nuestro ordenamiento jurídico, si bien es cierto, nuestro ordenamiento jurídico no regula este contrato de modo específico, para su aplicación se recurre a la norma general; respecto a los derechos del consumidor, nuestro código de protección y defensa al consumidor ha regulado diversos contratos pero no recoge el contrato de franquicia de modo específico esto pone en desventaja los derechos del consumidor, en caso existiera una vulneración de derechos el juez juzgara según su criterio personal siguiendo la doctrina y la norma general; segundo, establecer criterios que permitan atribuir una correcta aplicación de la norma general en cuanto a la responsabilidad que debe asumir el franquiciante por actos que afectaron a terceros a causa del incumplimiento y evitar fallos erróneos que pongan en desventaja a las partes con el fin de aplicar una correcta tutela de derechos. El análisis realizado en esta investigación ayudó a establecer nuestro problema de investigación, realizando a un planteamiento metodológico de naturaleza comercial y jurídico, orientado a proteger los derechos del consumidor frente a la responsabilidad que debe asumir el franquiciante en los contratos de franquicia, a través de criterios basadas en la normativa extranjera para atribuir responsabilidad de modo correcto.

**Palabras claves:** contrato de franquicia, responsabilidad solidaria, protección al consumidor, legislación peruana.

### **Abstract**

The objective of this investigation was to determine in which cases joint liability should be attributed to the franchisor for damages to the consumer in Peruvian legislation. For this investigation it was necessary to analyze the franchise contract in relation to consumer rights in our legal system. Although it is true, our legal system does not regulate this contract in a specific way, for its application the general rule is used; Regarding consumer rights, our consumer protection and defense code has regulated various contracts but does not specifically include the franchise contract. This puts the consumer's rights at a disadvantage. If there is a violation of rights, the judge will judge according to his or her opinion. personal criteria following the doctrine and the general rule; second, establish criteria that allow attributing a correct application of the general rule regarding the responsibility that the franchisor must assume for acts that affected third parties due to non-compliance and avoid erroneous rulings that put the parties at a disadvantage in order to apply correct protection of rights. The analysis carried out in this research helped to establish our research problem, carrying out a methodological approach of a commercial and legal nature, aimed at protecting the rights of the consumer against the responsibility that the franchisor must assume in franchise contracts, through criteria based on foreign regulations to correctly attribute responsibility.

**Keywords:** franchise agreement, joint and several liability, consumer protection, peruvian legislation.

## **Introducción**

Con el desarrollo de los mercados internacionales en los distintos países, se dio origen a diversos contratos de colaboración empresarial, entre ellos tenemos el contrato de franquicia, presentándose como una nueva opción comercial permitiendo el crecimiento rápido, indudable y verídico permitiendo a otros países que repliquen este nuevo modelo de negocio que ha tenido sus orígenes en Estados Unidos.

El Perú, no es ajeno a este boom empresarial, en los últimos años ha tenido alto nivel de desarrollo exponencial obteniendo mayor incremento en el PBI y se ha convertido en uno de los contratos más usados por los inversionistas y con más suscripciones. El éxito que ha obtenido ha ido de la mano de la aceptación del consumidor, ya sea por los diversos productos que se lanzan al mercado o por la calidad de servicio que brindan diversas marcas, esto ha permitido que diversos inversionistas opten por este modelo de negocio con la finalidad de replicar marcas exitosas y obtener el mismo éxito empresarial. Por ello, el franquiciante está en la obligación de brindar asesoramiento constante al franquiciado con el objetivo de dar buen servicio y evitar daños a los derechos del consumidor.

En esa misma línea de ideas, así como la franquicia se ha ido desarrollando a grandes pasos, también ha ido creciendo la inseguridad comercial que ha puesto en desventaja el derecho de los consumidores o terceros, más aún, si nuestra legislación nacional no regula de modo específico este contrato. Si bien es cierto, la naturaleza de estos contratos es atípica y son regidos por normas generales, esto no asegura la disminución del riesgo porque cuando nos encontremos frente a posibles casos de vulneración de los derechos del consumidor, la interpretación de los letrados será aplicando la teoría, y la norma general que es muy escueta en cuanto a la responsabilidad que deberá asumir el franquiciante frente a actos ocasionados por el franquiciado. Es así, frente a esta situación y las posibles consecuencias que se suscitan de ella, en la presente investigación se ha formulado el siguiente problema: ¿En qué casos se deberá atribuir responsabilidad solidaria al franquiciante por daños frente al consumidor en la legislación peruana?

Por consiguiente, esta investigación torna en el siguiente objetivo general: Determinar en qué casos se deberá atribuir responsabilidad solidaria al franquiciante por daños frente al

consumidor en la legislación peruana. A propósito de alcanzar el objetivo general determinamos dos objetivos específicos: el primer objetivo busca analizar el contrato de franquicia en relación con los derechos del consumidor peruano; el segundo objetivo se fundamenta en establecer criterios de atribución de responsabilidad solidaria al franquiciante por afectación a los derechos del consumidor.

La importancia de realizar esta investigación está basada en los vacíos legales existentes en el contrato de franquicia en el Perú, la cual, ha ocasionado una escueta interpretación de los jueces en diversas resoluciones peruanas, a raíz de la no existencia de una norma específica que sirva a los letrados orientar su análisis y pronunciamiento, por ello, hemos visto conveniente establecer ciertos criterios que los letrados deben tener en cuanto al momento de atribuir la responsabilidad por afectación a los derechos del consumidor.

## 1. Revisión de literatura

En este acápite de nuestra investigación se desarrollará el marco teórico conceptual y tiene por finalidad exponer las distintas fuentes bibliográficas que se usaron como antecedentes; de igual forma, se definirá y sustentará las bases teórico-científicas de nuestra investigación.

### 1.1. Antecedentes del estudio

Entretanto los antecedentes de estudio, comienza tratando de revisar diferentes fuentes escritas de tesis de pregrado y postgrado; libros, revistas y artículos científicos, relacionadas con el trabajo de investigación con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Vargas (2019), en su Trabajo Académico para optar el título profesional de abogado en Derecho: **“Derechos Proporcionados Mediante el Contrato de Franquicia al Franquiciado en Colombia”**, presentado en la Universidad Católica de Colombia, tiene como finalidad determinar si el contrato comercial de franquicia en Colombia está en capacidad de proteger los intereses de los franquiciados, en virtud del desarrollo económico expresado por la práctica nacional. El autor concluye: en el contrato de franquicia se debe establecer cláusulas que implique atribuir responsabilidad al franquiciante y franquiciado por actos propios u originados por el vínculo contractual. En caso el franquiciante incumpla sus obligaciones o no brinda el asesoramiento constante entre otros al franquiciado y producto de esto se origine daños al consumidor, tendrá que asumir responsabilidad de manera compartida.

Esta investigación nos permitirá determinar la importancia de realizar de manera correcta los contratos de franquicia aplicando determinadas clausulas con la finalidad de evitar incumplimientos de ciertas obligaciones por una de las partes con la finalidad de evitar la resolución del contrato de franquicia por la parte afectada.

Hernández (2018), en su trabajo académico para optar el título profesional de abogado en Derecho: **“responsabilidad en el contrato de franquicia generada por las cláusulas de exclusividad comercial y territorial”**, presentado en la Universidad de la Costa, tiene como propósito identificar bajo la jurisprudencia internacional casos referentes a la responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado y establecer la funcionalidad que tiene la cláusula referida a la exclusividad comercial y territorial a favor de uno de los contratantes. La autora

concluye: en base a las sentencias utilizadas del derecho comparado se ha logrado probar que si es viable atribuir responsabilidad al titular de la marca por los actos que incurre el franquiciado por afectación a los derechos de terceros.

Esta investigación nos servirá para argumentar la responsabilidad que debe asumir el franquiciante por daños causados al consumidor en base a posturas adoptadas en la legislación comparada, esto habilita a nuestra investigación determinar cuándo se le atribuye responsabilidad al franquiciante por actos que incurrió el franquiciado.

Mejía (2017), en su trabajo académico para optar el título profesional de abogado en Derecho: **“la responsabilidad extracontractual del franquiciante y franquiciado, por daños causados a terceros en la legislación colombiana”**. Presentado en la Universidad Católica de Colombia, tiene como finalidad: determinar la responsabilidad en el marco de un contrato de Franquicia, al no suscribir cláusulas de exoneración. El autor concluye: para determinar si existe afectación a los derechos del consumidor, se tendrá en cuenta, si en el contrato intervienen elementos jurídicos que puedan advertir la exoneración de responsabilidad del franquiciante o franquiciado, caso contrario, el franquiciante estaría llamado a responder de manera solidaria por causar perjuicios a terceros.

Este trabajo de investigación contribuirá a determinar en qué medida el franquiciante asume responsabilidad por actos del franquiciado en caso no se haya pactado la exoneración por afectación o daños al consumidor.

Arias (2015), en su trabajo académico para optar el título profesional de abogado en Derecho: **“Extensión de la responsabilidad civil frente al consumidor al titular de la marca respaldadora: aplicación del principio de confianza legítima”**, presentado en la Universidad EAFIT, tiene como propósito analizar la posibilidad de aplicar una responsabilidad a la luz del régimen de protección al consumidor vigente. El autor concluye: el titular o franquiciante de la marca cumple un rol primordial en la motivación del consumidor para la adquisición, utilización de diversos productos o servicios comercializados por el franquiciado. Dentro de este escenario, se examina el derecho de los consumidores a que sus perspectivas sean satisfechas por nuestro ordenamiento jurídico. El método más idóneo para dar garantía la preeminencia a los derechos

del consumidor se sustenta básicamente en atribuir responsabilidad al franquiciante por no cumplir con las obligaciones propias del régimen de la garantía legal.

Esta investigación nos servirá para argumentar la importancia del consumidor final en la adquisición de un servicio o producto de una prestigiosa marca, muchas veces sin saber que realiza un contrato con un simple franquiciado. Como compensación inevitable a esa confianza creada entre ambas partes, el apoyo al consumidor debería entenderse como el sostén para la designación de responsabilidad al franquiciante cuando se encuentra dentro de la vulneración de sus derechos de consumidor u obligaciones que cuenten con calidad e idoneidad propias de su regulación.

Otro antecedente de gran relevancia es el trabajo de grado de Corredor (2015), **“la responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros”**. Presentado en la Universidad Santo Tomas, tiene como finalidad determinar la responsabilidad del franquiciante, cuando éste se ve comprometido patrimonialmente por perjuicios ocasionados a terceros, bien sea consumidores o clientes de la franquicia. El autor llega a la conclusión: en un eventual conflicto dónde la pretensión se sustenta en atribuir responsabilidad al franquiciante a consecuencia de hechos que afecta al consumidor causados por el franquiciado; se debe precisar, la responsabilidad que se atribuye a estos hechos es de tipo subjetiva, esta se basa en la omisión y el control correspondiente por parte del franquiciante al franquiciado, atribuyendo responsabilidad solidaria a las partes del contrato de franquicia.

Esta investigación nos servirá para sustentar que los contratos de franquicia no solo implican la venta de la marca y el Know How, sino va de la mano de una asesoría constante para lograr mantener el mismo éxito de la marca titular. Más aun cuando, el franquiciante es quien suministra los productos al franquiciado y estos causen daño al consumidor.

## **1.2. Bases conceptuales**

Con el objetivo de alcanzar una idónea comprensión de nuestra investigación exponemos las nociones en las que encuentra establecida.

### **1.2.1. Contrato de franquicia**

El contrato de franquicia a lo largo del tiempo ha ido desarrollándose en todo el mundo consolidándose como un modelo sólido de negocio con la finalidad de establecer una relación bilateral entre franquiciante y franquiciado estableciendo aspectos propios y distintos.

Según Sandoval “el franquiciado tiene los elementos para enfrentar eficientemente su actividad, se encuentra en el comercio por sí mismo, para sí mismo, pero no está solo” Sandoval (como se citó en Chirinos, Porro y Roncal, 2017, p.9).

En base a ello, en la actualidad la actividad mercantil no se realiza con la mira de adquirir ganancias originarias enfocadas en el costo de producción, el precio de venta al consumidor y la adquisición de bienes o servicios, sino va más allá, esto se enfoca en actuar con eficiencia con el objetivo de obtener resultados ventajosos.

El ilustre tratadista argentino Osvaldo Marzorati (como se cita en Figueroa, 2019, p. 6) define, “es todo acto que se celebra por escrito con el consentimiento de ambas partes otorgando el franquiciante el dominio de la marca con el objetivo de crear un sistema para desarrollar un negocio generando una relación de asistencia al franquiciado con carácter permanente”.

En base a ello, señalar que estos contratos son utilizados para establecer las obligaciones los derechos del franquiciante y franquiciado, ofreciendo el manejo de la marca registrada, empresarial, know-how, patente, etc., a una o varias empresas franquiciadas para realizar operaciones comerciales.

### **1.2.2. Naturaleza jurídica**

Para Zorrilla, “el contrato de franquicia tiene naturaleza mercantil, siendo un contrato complejo puesto que involucra múltiples contratos (know-how, aprovisionamiento, exclusividad, licencia de marca, etc.) y normas legales (comercial, industrial, constitucional, etc.)” (Zorrilla, 2018, p.50). Esto, origina la creación del contrato de franquicia guiado por la autonomía de la voluntad sustentada en la confianza de los sujetos.

### 1.2.3. Características

Según Serrabona (2014), esta modalidad contractual cuenta en esencia; con las siguientes características:

Bilateral, en las relaciones contractuales se llevan a cabo entre el franquiciante y el franquiciado.

Sinalagmático, generalmente existen contraprestaciones bilaterales (recíprocas).

Solemne, por ser un contrato de transferencia de tecnología está sujeto a llevarse a cabo con determinadas formalidades.

Oneroso, ambas partes obtienen atribuciones patrimoniales recíprocas de enriquecimiento y empobrecimiento correlativos.

Consensual, la perfección del contrato se genera por la mera concurrencia del consentimiento de los sujetos intervinientes en el contrato. Asimismo, nuestro ordenamiento jurídico en el artículo 1352 del Código Civil señala, “los contratos se perfeccionan por el consentimiento de las partes, excepto aquellos que, además, deben observar la forma señalada por la ley bajo sanción de nulidad”.

Complejo, presenta recursos propios de los contratos de compraventa, know-how, arrendamiento, contrato de licencia de marca, etc.

Atípico, nuestro ordenamiento jurídico no ha recogido este contrato, solo se rige por normativa general, recurriendo al Código Civil u otra regulación dependiente a estas.

Colaboración empresarial, es una característica principal del contrato de franquicia y se fundamenta en la mutua cooperación entre las partes.

Intuitu personae, esta característica precisa que para la celebración del contrato se debe tener en cuenta las cualidades y características del posible franquiciado.

De duración y de ejecución sucesiva, los servicios que brindan las partes, se realizan en diferentes actos, esto conlleva, a una correcta ejecución en virtud de la celebración del contrato.

#### **1.2.4. Clasificación**

Según Rodríguez (como se cita en Velásquez, 2018, p. 6), éstas son los principales tipos de franquicias, teniendo en consideración la variada doctrina y jurisprudencia que existe en el entorno jurídico:

Franquicia industrial o producción, concede al franquiciado el derecho de elaboración y distribución de productos conforme a las instrucciones dadas por el fabricante.

Franquicia de distribución, el franquiciante provee productos o insumos al franquiciado para la venta o distribución en un territorio determinado.

Franquicia de servicios, en este modelo contractual no hay productos y se lleva a cabo la prestación de un servicio al consumidor.

Franquicia maestra o “master”, se le otorga a un inversionista específico, ya sea a un país, grupo de países o continente específicos.

Franquicia individual, opera de manera inversa a la franquicia maestra, ya que está enfocada en un solo punto, unidad o tienda, en este tipo de franquicias prohíbe al franquiciante apertura otras tiendas con el objetivo de no generar competencia. Existe la posibilidad de que el franquiciado pueda tener más tiendas, pero va depender de su capacidad financiera y técnica.

Multifranquicia, este modelo se enfoca en un punto de una sola marca dirigida por el franquiciado.

Plurifranquicia, en este modelo está enfocado a que varias franquicias de diferentes marcas estén direccionadas por el franquiciado.

#### **1.2.5. Formación del Contrato**

En la fase precontractual del contrato de franquicia no solo se estudia las circunstancias jurídicas, adicionalmente, se analizan aspectos que involucran al perfil del franquiciado, su experiencia empresarial, el conocimiento del sector donde va a operar, su capacidad económica, su nivel de compromiso con el franquiciante, entre otros.

Por otro lado, esta forma contractual en la etapa de negociación no solo se reduce a los acuerdos previos, oferta, aceptación o al análisis jurídico de las cláusulas del contrato, también, se enfoca en los aspectos financieros, económicos y culturales.

### **1.2.6. Elementos**

En la revista “opciones legales” se ha determinado una estructura de los elementos que forman parte del contrato de franquicia.

#### **1.2.6.1. Elementos personales o de las partes**

En el proceso de formación del contrato de franquicia debe haber más de un elemento subjetivo y deben contar con capacidad jurídica o legal para ejecutar una actividad empresarial.

Dentro de los elementos personales se encuentran:

El franquiciador, es el sujeto físico o jurídico titular de la marca que se obliga a transmitir la marca desarrollada por el a los franquiciados y responsable brindar asistencia técnica otorgada al franquiciado.

El franquiciado, encargado de producir o brindar servicios en relación a la marca franquiciada que es materia de contrato; el franquiciante deberá brindar instrucciones giradas para la consecución del mismo.

Agregar, las empresas que son materia de franquicia, estas deben estar correctamente inscritas en el registro mercantil.

#### **1.2.6.2. Elementos formales**

En nuestra legislación, es una figura jurídica, atípica, consensual y prepondera la libertad formal, sin perjuicio a ello, se aconseja la forma escrita por tener relevancia jurídica y económica de las obligaciones.

#### **1.2.6.3. Elementos reales**

Chirinos, Porro y Roncal (2017) encontraron que existen elementos reales que son fundamentales para la determinación de los contratos de franquicia. A decir:

Marcas, los autores consideran que este elemento engloba todo signo distintivo que es colocado en los productos, mercancías, etc., propias de sus empresas comerciales, industriales y servicios. Asimismo, permite que el consumidor de bienes reconozca la serie de atributos que lo hacen único y original. Cabe precisar que el franquiciante es el responsable de habilitar el uso de la marca de un producto o servicio al franquiciado, este, debe cumplir de manera absoluta las diversas instrucciones del uso y como organizar adecuada y detalladamente las actividades de la franquicia.

Aviso comercial, se considera a todo contenido que tiene por finalidad promover una marca o producto con el objetivo de llegar a más público y obtener mejor rentabilidad.

Patentes, es todo derecho que habilita el Estado a sujetos particulares para explotar de manera exclusiva un inventario que ha sido creado por él. “Las patentes pueden ser explotadas por el inventor, por su causahabiente, su consentimiento de acuerdo a las disposiciones contenidas en la Ley” (Chirinos, Porro y Roncal, 2017, p.31).

Tecnología, se fundamenta en el conocimiento técnico y la experiencia adquirida a lo largo del tiempo, esto habilita al titular franquicie su marca y transmita el know how, asistencia, el asesorar en forma continua hasta la extinción del vínculo contractual, brindar supervisión, capacitar, etc., que brinde el franquiciante al franquiciado (Chirinos, Porro y Roncal, 2017, p.31-32).

Contraprestación o regalías, estos elementos están enfocadas en el “pago inicial o periódicos a causa de la adquisición de la franquicia, se pueden pactar en regalías regularmente en porcentaje de ventas, contribución a la publicidad y mercadotecnia, pagos de los servicios de asesoría técnica y consultoría en general” (Chirinos, Porro y Roncal, 2017, p.32).

Se concluye, que a causa del contrato de franquicia se origina las regalías y otros pagos por la contraprestación, por el uso de las marcas, know how y asistencia técnica.

### **1.2.7. Cláusulas negociables en los contratos de franquicia**

En los contratos de franquicia a nivel nacional e internacional se establecen diversas disposiciones de protección con la finalidad de evitar responsabilidad penal, extracontractual o de competencia desleal. Por ello, es necesario que se incluyan cláusulas adecuadas al contrato

con el objetivo de asegurar la relación entre ambas partes durante o después de la vigencia del contrato.

En la revista *Iter Ad Veritatem* Alfaro (como se citó en Corredor, 2015, p.295) se indica, es de vital importancia incluir en el contrato de franquicia las siguientes cláusulas:

Confidencialidad, se exige cuando se “cede el uso y explotación del know how con la finalidad de tutelar el secreto de los conocimientos técnicos e intereses del titular, por tanto, quien lo adquiere está en la obligación de no comunicarlo o distribuirlo a otras personas” (Alfaro, 2013, p.264).

No competencia, el sub franquiciador está en la obligación de amparar el Know How obligándolo a no comprometerse directa o indirectamente en algún negocio similar a la franquicia en el territorio en el cual se lleva a cabo hasta su extinción (Alfaro, 2013, p.265).

Se debe precisar, esta cláusula se basa en negociar y examinar las leyes territoriales para determinar hasta qué punto será aplicable.

Reciprocidad (“grant-back), “al sub- franquiciador o sub- franquiciado, se le pide que transmita cualquier experiencia que haya obtenido en la explotación de la franquicia al franquiciador” (Alfaro, 2013, p.266).

Restricciones de ámbito de uso, “tienen por objeto que no pueda ser variado el destino para el que fuera concedido el know-how, es decir se trata de no usar el know how para propósitos diversos del giro de la empresa franquiciada” (Alfaro, 2013, p.266).

Finalmente, Vera (2018) menciona, previo a la firma del contrato de franquicia entre el franquiciado y el franquiciante, que se deberá de plasmar las siguientes cláusulas: “Cláusula de vigencia contractual y contraprestaciones económicas, separación del personal, licenciamiento de marca, know how, asistencia técnica continuada, prohibición de cesión contractual, indemnidad, confidencialidad, carta fianza, resolución contractual” (p.42).

### **1.2.8. Derechos y Obligaciones de las partes**

Farina (como se cita en Ochoa, 2014, p.29) conceptualiza a los sujetos contractuales de la siguiente forma: dentro de este tipo de contrato se identifica al Franquiciante quien vendría a ser el titular de la marca quien vendría a ser el responsable de transmitir el know-how de venta de un bien específico o servicio, cediendo contractualmente los derechos de reventa, uso y brindando asistencia en la organización, gerencia y administración del negocio para los franquiciados.

En esa misma línea de ideas, indicar que otro sujeto contractual es el franquiciado, ya que adquiere el derecho de vender el bien o servicio dentro de un mercado exclusivo, utilizando los beneficios de la marca y el apoyo para gerenciar el negocio que se intenta replicar. Farina (como se cita en Ochoa, 2014, p. 29).

### **1.2.9. Regulación de algunos aspectos del contrato de franquicia en otros países**

Es pertinente indicar, en algún país el contrato de franquicia ha sido regulado de una manera muy practica y son unos de los países donde esta figura comercial ha tenido bastante desarrollo exponencial. Entre ellos tenemos Brasil, México, España, entre otros.

#### **a) Brasil**

Es uno de los pocos países en Latinoamérica que cuenta con una ley específica (ley 9.4 y la Ley brasileña N.º 8955/94, junto al Código de Ética) en materia de franquicia que rige en las relaciones contractuales entre ambas partes, otorgando mayor seguridad jurídica a los empresarios que pretenden desarrollar su negocio bajo este formato.

#### **b) Argentina**

Pisco de Figueiredo (como se citó en Chirinos, Porro y Roncal, 2017) considera: Argentina es uno de los países que ha adoptado diversas medidas económicas con el objetivo de lograr que el franchising se adapte a la vida cotidiana y pueda atraer la inversión extranjera, generando estabilidad política y económica. Su regulación se torna en base al nuevo Código Civil y de Comercio de la Nación Argentina, asimismo, diversas normas indirectamente mencionan a esta modalidad legal, por ejemplo, la Ley de Competencia Económica, la Ley de Protección al Consumidor.

**c) México**

México, ha regulado esta figura jurídica en la Ley de Propiedad Industrial, en dicho cuerpo normativo se declara la existencia de la franquicia mediante el otorgamiento de la licencia de uso de una marca para que el franquiciado lleve a cabo ese modelo de negocio establecido por el dueño de la marca, enfocados siempre en mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios que se prestan. (Maresca, 2016, p. 54)

**d) España**

España, ocupa el cuarto lugar en desarrollo de franquicias y tiene como objetivo incrementar su nivel de facturación. Este tipo de contrato en el código de comercio no se ha recogido de manera específica, pero en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista se ejecuta dicha actividad de los franquiciantes y el compromiso con los pilares fundamentales de la ética en el marco del sistema de franquicias.

**e) Rusia**

Es uno de los países transcontinentales que rige a la franquicia sobre la base de la reforma de la segunda parte de su código civil. “El Código Civil de la Federación Rusa regula el contrato de franquicia (que se denomina concesión comercial), a diferencia de otros ordenamientos occidentales donde esta figura carece de normativa específica” (Chirinos, Porro y Roncal, 2017, p. 110).

**f) Canadá**

Canadá no cuenta con una normativa federal integral, pero si cuenta con una normativa general: “La Ley de la Competencia, de Marcas Comerciales, de Inversiones y del Impuesto sobre la Renta” (Chirinos, Porro y Roncal, 2017, p. 112).

En ese mismo orden de ideas, se tiene que precisar que Estados Unidos de América es uno de los países que regula la franquicia de manera detallada, mediante la “Franchise Rule” donde se describe cada supuesto que versa y que se integra en el contrato de franquicia.

### **1.3. La responsabilidad civil en los contratos de consumo**

#### **1.3.1. La función de la responsabilidad civil extracontractual**

En relación con lo indicado, es necesario resaltar que nuestro ordenamiento jurídico peruano regula la Responsabilidad civil desde dos enfoques como es el caso de la responsabilidad extracontractual y contractual.

En la responsabilidad civil contractual, este tipo de responsabilidad está regulado en el artículo 1969 del Código civil, dispone que: “Aquel que por dolo o culpa causa un daño a otro está obligado a indemnizarlo. El descargo por falta de dolo o culpa corresponde a su autor” y el artículo 1970 del mismo Código señala: “Aquel que mediante un bien riesgoso o peligroso, o por el ejercicio de una actividad riesgosa o peligrosa, causa un daño a otro, está obligado a repararlo “. Además, en la primera parte del artículo 1985 de la misma norma precisa: “La indemnización comprende las consecuencias que deriven de la acción u omisión generadora del daño, incluyendo el lucro cesante, el daño a la persona y el daño moral (...)”

Nuestro sistema jurídico adopta la Responsabilidad civil extracontractual, tipificado en el código art. 1969 civil el cual rige la culpa y el dolo, la segunda está tipificada en el artículo 1970, sustenta el riesgo o exposición al peligro y no indica que el daño deber reparase.

Ahora bien, en cuanto a la responsabilidad en los contratos de franquicia no regula nuestro ordenamiento, como ya se ha visto, regula la responsabilidad, pero a modo general, dejando un vacío legal y habilita que el legislador aplique su criterio al momento de interpretar la norma frente a actos que vulneren el derecho de los consumidores.

#### **1.3.2. La responsabilidad civil por productos de bienes y servicios defectuosos**

En el Perú, la responsabilidad civil del fabricante por los productos defectuosos ha recibido recientemente un tratamiento específico por la vía de la legislación especial. En efecto, en 1991 se dicta el decreto legislativo N° 716 que contiene un régimen de protección al consumidor, de ello, se desprende el artículo 32, el cual regula:

“El proveedor es responsable de los daños causados a la integridad física de los consumidores a sus bienes por los defectos de sus productos. Se considera que un producto es

defectuoso cuando no ofrece la seguridad a que las personas tienen derecho, tomando en consideración todas las circunstancias (...)" (decreto legislativo N° 716, 2000, p.11 y 12).

De este artículo se infiere, en caso el proveedor que suministra incurra en daño por productos defectuosos u origina el defecto este asume la responsabilidad solidaria.

Antes de la tipificación del decreto legislativo N° 716, los problemas que se pudieran suscitar "por la circulación de un producto defectuoso podía ser abordado sólo y únicamente a la luz de la disciplina general sobre la responsabilidad civil, sea ésta contractual o extracontractual, tal como se halla prevista en el Código Civil vigente" (Woolcott, 2001, p.1).

Adicionalmente a ello, la autora señala:

"El vigente Código Civil de 1984 no contiene una norma que regule específicamente el problema de los daños derivados de productos defectuosos. Consecuentemente, este problema, de tener lugar, sería resuelto por los jueces en atención a las normas vigentes sobre la responsabilidad contractual o extracontractual". (Woolcott, 2001, p.1).

Teniendo solo en consideración lo estipulado en el código civil peruano, si un acto dañoso derivado del producto en mal estado, se resolverá únicamente tomando como base las normas aplicables a la responsabilidad contractual o extracontractual.

De todo lo indicado, se concluye, pese a que existe un código de protección al consumidor, no se ha logrado establecer la responsabilidad por productos defectuosos en un contrato de franquicia.

## **2. Materiales y métodos**

En el presente trabajo de investigación se aplicó el método cualitativo en base del tipo documental, a lo largo del avance se ha tenido a bien seguir una línea de investigación bibliográfica. El método empleado es analítico con la finalidad de estudiar el objeto de estudio en sus fundamentos esenciales (responsabilidad al franquiciante, derecho del consumidor y franquicia), asimismo, se utilizó la técnica del fichaje con el objetivo de estructurar el cimiento teórico de la investigación en base a sus instrumentos (fichas textuales y bibliográficas). Además, para el escrito se utilizó el procedimiento basado en la descripción, observación y

escritura de la realidad problemática, planteamiento del problema, análisis, objetivos (general y específicos), hipótesis, recopilación y elección de documentos relacionados a la presente investigación llevando a cabo un absoluto, ordenado y estricto examen. Por último, para la elaboración del informe total se ha realizado el análisis mediante la técnica del fichaje.

### **3. Resultados y discusión**

En la presente investigación se busca:

#### **3.1. El contrato de franquicia en relación con los derechos del consumidor peruano.**

En el presente acápite se desarrollará un análisis del objetivo específico propuesto, con el fin de analizar el contrato de franquicia con relación a los derechos del consumidor en torno a la regulación general de dicho contrato.

##### **3.1.1. Contrato de franquicia**

Actualmente, la franquicia en el Perú se ha convertido en un negocio muy rentable para los inversionistas nacionales y extranjeros, así como ha ido desarrollándose en el mercado también ha crecido la inseguridad jurídica poniendo en desventaja los derechos de las partes intervinientes (franquiciante, franquiciado, consumidor).

Lamentablemente, el contrato de franquicia en nuestro ordenamiento jurídico peruano no ha sido tipificado de modo específico que permita un estudio claro y preciso y de modo que no se conocer el adecuado análisis que se debe realizar. Esto, nos lleva a reflexión sobre las posibles consecuencias que puedan surgir a causa de la falta de regulación que determine de manera específica y detallada como se deberá constituir el acto jurídico, sus elementos, efectos a rais de los incumpliendo que se susciten, etc.

Como ya se había indicado, en el ordenamiento jurídico peruano no existe una regulación específica que convierta al contrato de franquicia en un modelo idóneo que establezca mecanismos de protección a los deberes y derechos de los productores, consumidores y proveedores. Lecompte y Visbal (2013), precisan que una regulación específica “convierte al ordenamiento jurídico en una herramienta efectiva para el desarrollo adecuado de las relaciones interpersonales en una creciente sociedad de consumo” (p.229).

Es necesario señalar que el contrato de franquicia en nuestra legislación es atípico, se rige por normas complementarias, entre ellas el Decreto Legislativo N.º 662, Ley de Promoción Seguridad Jurídica de la inversión extranjera; Decreto Legislativo N.º 807; Decreto Legislativo N.º 807, Ley sobre facultades, normas y organización del Indecopi; Decreto Legislativo N.º 823, Ley sobre propiedad industrial y TUO de Procedimientos Administrativos del Indecopi, entre otros (Vega, 2010, p.30).

Debemos precisar, cuando nos encontramos frente a posibles casos de afectación o vulneración de los derechos del consumidor a causa de un contrato de franquicia el juez tendrá que acudir a la doctrina y a diversas normas jurídicas nacionales e internacionales para su aplicación, esto con lleva a que cada letrado realice una interpretación personal porque la normativa peruana no establece el camino idóneo que se debe tener en cuenta cuando estamos frente a estos casos, muchas veces se han visto perjudicados los derechos de los consumidores poniendo en desventaja por una inadecuada aplicación de la norma.

En el derecho peruano, el contrato de franquicia no ha sido recogido pero en el derecho internacional existe diversas regulaciones de vital relevancia, entre ellas la guía para los acuerdos de franquicia principal internacional (Unidroit, 2005) y la Ley modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia (Unidroit, 2007), las cuales, determinan las obligaciones del franquiciado y obliga al franquiciante a realizar el resarcimiento del hecho por los perjuicios originados a los derechos de los terceros.

A modo de conclusión, en los contrato de franquicia el franquiciado no solo debe enajenar, repartir y brindar productos o servicios del franquiciante, también, está en la obligación de garantizar un modelo sólido y de perfección que requiere el contrato, esto va acompañado del traspaso del know-how, de su aplicación, seguir las instrucciones y el control que ejercita el franquiciador, todo esto con lleva a cumplir un rol importante para el cumplimiento de los actos que se susciten en el transcurso de la relación contractual y obtener exitosos resultados.

### **3.1.2. Derechos del consumidor en los contratos de franquicia**

Para hablar de los derechos del consumidor peruano en el contrato de franquicia, es necesario recurrir al Código de Protección y Defensa del Consumidor para determinar si han sido regulados. Del estudio del código en el artículo 39, se aprecia la regulación del registro de los

contratos de transferencia de tecnología extranjera, entre ellos, hace mención al contrato de franquicia en cuanto a los pagos de regalías, pero no señala de modo específico los derechos del consumidor, esto habilita que los derechos de terceros se expongan a una diversidad de riesgos que origina la decisión de la autonomía de la voluntad privada, esto, muchas veces conlleva la vulneración de los derechos del consumidor y para no dejar desprotegido a los terceros se tendrá que aplicar la norma general en cumplimiento a la protección de los derechos.

Ahora, si bien es cierto nuestra regulación no contempla los derechos del consumidor en el contrato de franquicia, por ello, es necesario hacer mención los mecanismos de protección o las directrices que han sido establecidas en la Conferencia De Las Naciones Unidas Sobre Comercio Y Desarrollo (Unctad, 2015), entre las principales directrices encontraremos la directriz 5 b, está enfocada a la protección de los consumidores vulnerables y los que se encuentran en desventaja, otra de las directrices referidas a la solución de controversias y compensación. Entonces, para la aplicación de la protección al consumidor en los contratos de franquicia se tendrá en cuenta las directrices que serán aplicables para los bienes y servicios que se producen fuera y dentro del país. Con esto, se intenta moderar la existencia de altibajos y brindarle una adecuada defensa aquellos sujetos que se encuentran en desventajas para disfrutar de todos sus derechos como consumidores.

Como se ha venido señalando, en el Perú no existe legislación suficiente del contrato de franquicia y su análisis se ha llevado a cabo de pausada mediante un crecimiento intelectual limitado. De este modo, cuando recurrimos a las normas generales peruanas se observa que estas no lo regulan de modo expreso, es ahí, donde se identifica la existencia de significantes vacíos en cuanto a la celebración, realización y compromiso pactado entre las partes.

### **3.1.3. Jurisprudencia del tribunal de Indecopi**

En este apartado, se analizará la postura de las diferentes instancias frente a los contratos de franquicia y lo que resuelve el tribunal de Indecopi. En la presenta tabla, se ha visto necesario precisar los puntos más importantes de la resolución, la cual, servirá como ayuda para un mejor análisis.

<b>TABLA 1</b>			
<i>Jurisprudencia sobre responsabilidad del franquiciante y franquiciado frente al consumidor.</i>			
<b>DATOS GENERALES</b>			
<b>N° de resolución</b>	<b>Fecha</b>	<b>Materia</b>	<b>Procedencia</b>
1615-2014/SPC-Indecopi	15 de mayo de 2014	Idoneidad del servicio Procedencia	Comisión De La Oficina Regional Del Indecopi De Arequipa
<b>Denunciante</b>	<b>Denunciados</b>	<b>Actividad</b>	<b>Infracciones</b>
John Wilber Contreras Jiménez	Olva Courier S.A.C y “quien resulte responsable”	Actividades De Correo	Ley 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor
<b>Hechos</b>			
<p>El día 11 de abril de 2013, el señor John Wilber Contreras Jiménez Contrató los servicios de Olva Courier - a través de su sucursal ubicada en Calle San José 113 “A”, Cercado de Arequipa, Arequipa, con el fin de enviar diversos documentos hacia la ciudad de Lima, transcurrido el plazo para recoger los cargos, se acercó a las instalaciones de la empresa solicitando los cargos respectivos, el personal de la empresa refiere que no lo habían enviado. El 22 de abril de 2013, nuevamente se apersonó a Olva Courier a fin de recabar los cargos correspondientes; pero los mismos le fueron negados pese a haberse identificado como el remitente, frente a ello, solicitó el libro de reclamaciones el cual no fue proporcionado por la proveedora aduciendo que no contaba con uno.</p>			

*Nota: Tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual*

Respecto a la resolución, el tema en controversia torna en relación con una denuncia que fue admitida contra Olva y “quien resulte responsable” por haberse negado a entregar al denunciante los cargos de recepción de los documentos enviados a la ciudad de Lima. Mediante Resolución 494-2013/Indecopi-AQP del 21 de octubre de 2013, la Comisión decidió declarar improcedente la denuncia interpuesta por el señor Contreras contra Olva, por falta de legitimidad para obrar pasiva, por no acreditar la existencia de una relación de consumo entre dichos administrados, pese que el señor presentó medios probatorios. La comisión señaló, la

denunciada no contaba con domicilio fiscal en la ciudad de Arequipa y Olva indicó que había autorizado a la señora Toledo, que contaban con autonomía jurídica, para que hiciera uso de su nombre comercial y marca; pese a ello, la comisión declaró improcedente el apersonamiento de la señora Toledo, en la medida que la misma no era parte denunciada en el procedimiento. El señor Contreras apeló la resolución porque consideró que la sala no hizo una correcta valoración de los medios que presentó a lo largo del procedimiento, además, la interposición de su denuncia está dirigida a Olva y “quien resulte responsable” y la sala declaró improcedente el apersonamiento de la señora Toledo. Después que la comisión emitió el fallo en contra del señor Contreras, acudió al tribunal de Indecopi porque consideraba inadecuado el pronunciamiento.

Respecto al caso, el Colegiado señala que el razonamiento aplicado por la Comisión es erróneo, porque el franquiciante y franquiciado, pueden resultar responsables por los posibles defectos que presente el producto o servicio prestado a los consumidores.

Siguiendo la misma línea de razonamiento, en el fundamento 18 de la Resolución 1615-2014/SPC-Indecopi encontramos, “la franquicia constituye un sistema de comercialización de bienes y/o servicios fundada en una colaboración estrecha y continuada entre dos empresarios diferentes e independientes (franquiciador y franquiciado)”.

Debemos inferir, el objetivo principal del franquiciante al optar franquiciar su empresa es reproducirse exactamente, para ello, tendrá que brindar su marca, su saber hacer, métodos comerciales, empresariales, etc., solo así, se cumplirá la figura de un contrato de franquicia, caso contrario se estará pactando contratos de distinta naturaleza.

Además, el tribunal de Indecopi en su fundamento 21 de la Resolución 1615-2014/SPC-Indecopi señala, “existe doctrina que considera que la existencia de los contratos de franquicia supone la posible responsabilidad solidaria ante el consumidor o usuario de cualquier de las prestaciones derivadas de las diversas modalidades (distribución, de servicios, producción), por parte de todos los sujetos implicados en el sistema de producción hasta su distribución final”.

Siguiendo esta línea de ideas, cuando nos encontramos ante un contrato de franquicia en los cuales el franquiciado ha incurrido en daños por culpa o dolo poniendo en riesgo los derechos del consumidor se tendrá que analizar en relación con la aplicación de normas generales y complementarias peruanas, esto ayudará a determinar si se debe atribuir una responsabilidad

conjunta de los sujetos que intervienen en la franquicia (franquiciante y franquiciado). Como ya se ha ido mencionando a lo largo de esta investigación, los letrados de las diversas salas del Indecopi para emitir sus fallos sobre daños por culpa o dolo causado a consumidor, realizan un juicio personal en torno a la doctrina y la regulación general; muchas veces los letrados aplican un razonamiento inadecuado, esto, a causa de los vacíos jurídicos que existe en nuestro ordenamiento jurídico, en la mayoría de los casos se tiene que llegar al tribunal de Indecopi para recién aplicar el fallo en favor del consumidor, siempre y cuando se acredite con medios probatorios que sus derechos están en desventaja, caso contrario el fallo será a favor del denunciado.

### **3.2. Criterios de atribución de responsabilidad solidaria al franquiciante por afectación a los derechos del consumidor en el ordenamiento peruano.**

En este apartado, se explicará de modo detallado los criterios que el letrado debe seguir al momento de atribuir responsabilidad por los posibles daños causados al consumidor y el nivel de intervención del franquiciante en su causación para determinar si este debe o no responder solidariamente.

Ahora bien, es importante traer a colación la STS 98/2021, en ella, el Tribunal Supremo señala los pactos contractuales entre franquiciador y franquiciado, y en cuanto a la responsabilidad indica que, se tiene que analizar cada caso concreto, examinar el daño causado y qué intervención ha podido tener el franquiciador en su causa y los efectos que se pueden desplegar frente a terceros. Además, estableció criterios que se debe tener en cuenta para determinar la responsabilidad del franquiciador a causa de los daños producidos por el franquiciado a los clientes.

En esa misma línea de ideas, se desprende uno de los criterios que está enfocado en determinar el daño sufrido por el demandante, a consecuencia de las directrices e instrucciones impartidas por el franquiciador al franquiciado. De lo señalado por la corte española, debemos inferir, cuando nos encontramos frente a posibles actos de vulneración a los derechos, en un primer momento, se tiene que identificar si el daño producido a los terceros es a causa de las instrucciones o directrices pactadas en el contrato entre el franquiciante al franquiciado. En conclusión, este criterio servirá para hacer un estudio minucioso de las instrucciones o

directrices pactadas entre las partes, también, contribuirá a determinar cuándo nos encontramos frente a un caso de vulneración de los derechos por daños para atribuir la responsabilidad al franquiciante frente a terceros.

Siguiendo la estructura de la resolución española, otro de los criterios para tener en cuenta es identificar en cada caso un defectuoso Know-How transmitido en el contrato de franquicia. Teniendo en cuenta lo indicado, el Know-How es uno de los elementos fundamentales en este tipo de contratos, por el cual, el franquiciante se ve en la obligación de transmitir al franquiciado todos las instrucciones, conocimientos, experiencias y procedimientos que ha obtenido con el pasar de los años y que lo ha llevado a ser una empresa exitosa y aceptada por los consumidores. Entonces, si existe una correcta transmisión de Know-How por parte del franquiciante al momento de pactar el contrato por escrito, el franquiciado está en el deber de “seguir las instrucciones que le han sido proporcionadas y emplear el conocimiento que el franquiciante le ha transferido en aras de poder conducir el negocio correctamente” (Lecompte & Visbal, 2013, p.231); agregar, cuando el consumidor adquiere un producto de determinadas marcas piensa que está adquiriendo productos del titular de la marca, no siempre es así, como es en el caso de las franquicias, por tanto, existe mayor responsabilidad por parte del titular de brindar un correcto Know-How y evitar afectación a los derechos del consumidor porque el objetivo es brindar el mismo servicio que brinda la marca titular. Precisar, en caso exista un defectuoso Know-How y a causa de este atente los derechos del consumidor, es ahí, donde se originará la responsabilidad por la falta de idoneidad del producto que contravienen a la confianza y seguridad que espera obtener. En conclusión, si se aplica una correcta transmisión de Know How en cuanto a los productos o servicios que se ofrece al público, esto contribuirá a mejorar la imagen de la marca franquiciada y la satisfacción de los consumidores.

Otro de los criterios para tener en cuenta es determinar la existencia de una defectuosa asistencia técnica o formativa. Es importante señalar, la licencia de uso de una marca da vida a un contrato de franquicia, mediante el cual, se tendrá que brindar conocimientos técnicos y asistencia técnica “que permita a la persona a quien se le concede, poder producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, con el fin de mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios que ésta distingue” (Velásquez, 2018, p. 120).

Con relación a lo indicado, el franquiciante brindará asistencia técnica al franquiciado cuando lo amerite, esto con lleva a brindar asesoría constante para una adecuada toma de decisiones en relación a la administración del negocio que ha sido franquiciado, es ahí, el rol primordial que debe cumplir el franquiciante con la experiencia obtenida en su negocio y contribuir con la réplica en beneficio de ambos y los consumidores.

En esa misma secuencia de ideas, trataremos otro de los criterios que está relacionada a la elección como franquiciado de quien no disponía de los medios personales o materiales adecuados para llevar a cabo la actividad franquiciada. Este criterio, tiene como objetivo precisar en cuanto a la adecuada elección que debe realizar el franquiciado al momento de querer pactar un contrato de franquicia con una determinada marca. Para ello, es importante saber la naturaleza de este contrato, hoy en día se ha visto distorsionada la naturaleza en sí, muchos piensan que un contrato de franquicia es solo transmitir la marca, la cual es un grave error, el cual conlleva a múltiples problemas y como consecuencia afectación a los derechos del consumidor. Agregar, la franquicia no es solo marca, también es Know How, asistencia técnica, regaláis, etc., todo esto debe contener un contrato de franquicia, caso contrario estarán pactarán cualquier contrato y no un contrato de franquicia. Por ello, cuán importante es que exista una regulación específica que sirva como guía para las partes al momento de pactar el contrato y evitar responsabilidad frente a terceros por una inadecuada elección de franquiciante por no reunir los requisitos necesarios que se necesita para el contrato de franquicia.

Otro criterio a tener en cuenta es la imposición al franquiciado de determinados productos o determinados suministradores de los mismos. En cuanto a este criterio, su aplicación contribuye a determinar la calidad e idoneidad de los productos suministrados por el franquiciante con el fin de evitar la responsabilidad por los daños generados a los consumidores por productos defectuosos. Lecompte y Visbal (2013) señalan, “el franquiciante suministrará al franquiciado, el método operativo, instrumentos y técnicas para reproducir un negocio”. Consideramos de vital importancia el deber de información y seguimiento continuo del franquiciante en la medida que a este le corresponda suministrar cualquier tipo de indicaciones e instrucciones a la empresa franquiciada con el objetivo de evitar la posible contingencia que pongan en desventaja a los consumidores a causa de los productos o servicios brindados. Concluimos que la responsabilidad inicial en cuanto a reparar los daños ocasionados a terceros responderá el

franquiciado, pero si se logra acreditar que el franquiciante es quien brinda determinados productos o suministra y el daño es a causa de este, tendrá que responder a una indemnización solidaria por daños.

Este último criterio está enfocado en delimitar cuando estamos frente a una publicidad engañosa o inexacta realizada por el franquiciador en cuanto a los servicios que brindan sus franquiciados. Si bien es cierto, la publicidad cumple un rol importante e influye en la toma de decisiones para la adquisición de productos. Llobregat (como se cita en Arias, 2015) señala, los empresarios hacen uso de la publicidad con el fin de obtener más consumidores, muchas veces lo quieren conseguir utilizando métodos engañosos y falaces, creando en relación con sus productos una aureola de éxito, belleza y prestigio social, influyendo en los consumidores a la compra de productos no por sus cualidades y calidades, sino en la confianza de conseguir los mismos resultados u obtener el mismo producto publicitado. en conclusión, este criterio tiene por objetivo establecer cuando el franquiciante ha excedido o incurre en brindar publicidad engañosa al consumidor y realizar una correcta atribución de responsabilidad.

## Conclusiones

Nuestra primera conclusión torna en relación con el análisis del contrato de franquicia frente a los derechos del consumidor, se concluye, actualmente el Perú no cuenta con una regulación específica del contrato de franquicia que determine cuando nos encontramos frente a la vulneración de los derechos del consumidor. Actualmente, nuestros letrados para emitir un pronunciamiento para estos casos recurren a la doctrina, la norma general nacional y extranjera, y su aplicación queda bajo discernimiento de cada letrado.

Es preciso indicar, para establecer la existencia o no de la responsabilidad del franquiciante se tendrá que analizar el daño originado al cliente y si el daño ocasionado es a causa del incumplimiento del contrato de franquicia. Entonces, para una correcta atribución de responsabilidad por daños, se ha establecido criterios que servirán de guía a nuestros letrados al momento de establecer si el franquiciante debe o no responder solidariamente, a fin de prevenir un inadecuado pronunciamiento y aplicar una correcta tutela de derecho con el objetivo de satisfacer el interés de las partes.

### **Recomendaciones**

Se recomienda a otros investigadores, promover un proyecto de ley que abarque todo el sistema de negocio del contrato de franquicia, incluyendo los criterios que se han establecido en esta investigación. Además, los comerciantes que quieren optar por este modelo de negocio, se recomienda buscar asesoría especializada con el objetivo de pactar un correcto contrato de franquicia y evitar afectación a los derechos de terceros.

## Referencias

Alfaro, M. (2013). El contrato de franquicia y su aplicación práctica en el contrato de franquicia. 109. 233-272. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r31084.pdf>

Araya M. (2010). El contrato de franquicia en derecho comparado. (Para optar al Grado Académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales). Universidad de Chile. Chile. Repositorio académico UCh. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146219/El-contrato-de-franquicia-en-derecho-comparado.pdf?sequence=1>

Arias, F. (2015). Extensión de la responsabilidad civil frente al consumidor al titular de la marca respaldadora: aplicación del principio de confianza legítima. (Para optar el título profesional de abogado en Derecho). Universidad EAFIT, Medellín. Repositorio institucional EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/8105>

Braithwaite, S. (2018). La compraventa de bien ajeno y la seguridad jurídica en la legislación civil peruana. (Para optar el grado de doctora en derecho). Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Repositorio académico UIGV. [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2442/DOCT\\_DERECHO\\_SARA%20NOEM%C3%8D%20BRAITHWAITE%20GADEA.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2442/DOCT_DERECHO_SARA%20NOEM%C3%8D%20BRAITHWAITE%20GADEA.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Chirinos, K. Porro, M y Roncal, T. (2017). Regulación del contrato de franquicia en el Perú. (Para optar al Grado Académico de Maestro en Derecho con mención en Derecho Empresarial). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Perú. Repositorio Académico UNPRG.

[http://repositorio.unprg.edu.pe:8080/bitstream/handle/20.500.12893/7460/Chirinos-Fern%C3%A1ndez Keiichi y Porro Rivadeneira Manuel Francisco y Roncal Gonzalez Teresa Del Carmen.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.unprg.edu.pe:8080/bitstream/handle/20.500.12893/7460/Chirinos-Fern%C3%A1ndez%20Keiichi%20y%20Porro%20Rivadeneira%20Manuel%20Francisco%20y%20Roncal%20Gonzalez%20Teresa%20Del%20Carmen.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Código Civil. <https://lpderecho.pe/codigo-civil-peruano-realmente-actualizado/>

Código De Protección Y Defensa Del Consumidor.  
<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/codigodproteccionydefensadelconsumidor%5b1%5d.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>

Constitución Política Del Perú. <http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/Constitucion-Pol%C3%ADtica-del-Peru-1993.pdf>

Conferencia De Las Naciones Unidas Sobre Comercio Y Desarrollo-UNCTAD. (2015).  
[https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/tdr2015overview\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/tdr2015overview_es.pdf)

Corredor, L. (2015). La responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros. (Para optar el grado de doctora en derecho).  
<http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/iaveritatem/article/download/1215/1187/>

Decreto Legislativo N.º 662, Ley de Promoción Seguridad Jurídica de la inversión extranjera. 22 de agosto de 1991. <http://www.sice.oas.org/investment/natleg/per/dl662.pdf>

Decreto Legislativo N.º 807, Ley sobre facultades, normas y organización del INDECOPI. 16 de abril de 1996.  
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/C7E3EB0AA357A62C05257BA20072D267/\\$FILE/00807.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/C7E3EB0AA357A62C05257BA20072D267/$FILE/00807.pdf)

Decreto Legislativo N.º 823, Ley sobre propiedad industrial y TUO de Procedimientos Administrativos del INDECOPI. 23 de abril 1996.  
<https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/00823.pdf>

Figueroa, H. (2019). Mecanismos de seguridad jurídica en el contrato de franquicia. XIV Congreso Argentino de Derecho Societario, X Congreso Iberoamericano de Derecho Societario y de la Empresa. <https://iuslatin.pe/mecanismo-de-seguridad-juridica-en-el-contrato-de-franquicia/>

Guía para los Acuerdos de Franquicia Principal Internacional-UNIDROIT. (2005).  
<https://www.unidroit.org/spanish/guides/1998franchising/franchising-guide-s.pdf>

Hernández, S. (2018). Responsabilidad en el contrato de franquicia generada por las cláusulas de exclusividad comercial y territorial. (Para optar al Grado Académico de licenciado en derecho). Universidad de la Costa. Barranquilla. Repositorio académico CUC. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/119/60390308.pdf?sequence=1>

Hurtado, N. (2020). Un estudio sobre la importancia de regular el Contrato de franquicia en la legislación colombiana respecto al abuso de posición dominante. (Para optar al Grado Académico de licenciado en derecho). Universidad Católica de Colombia. Colombia. Repositorio académico CaC. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25444/1/Articulo%20Nicol%20Hurtado.pdf>

Lecompte, I. & Visbal, M. (2013). La responsabilidad del franquiciante y franquiciado frente al consumidor. Univ. Estud. Bogotá. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44780/11%20la%20responsabilidad%20del%20franquiciante%20227-250.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ley Modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia, UNIDROIT. (2007). <https://www.unidroit.org/spanish/modellaws/2002franchise/2002modellaw-s.PDF>

López, A. (2020). Los contratos de franquicia y el derecho a la seguridad jurídica del franquiciado. (Para adoptar el grado de Abogada de los Juzgados y Tribunales de la República del Ecuador). Universidad técnica de Ambato. Repositorio académico UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31005?mode=full>

Mejía, J. (2017). La responsabilidad extracontractual del franquiciante y franquiciado, por daños causados a terceros en la legislación colombiana. (Para optar al Grado Académico de licenciado en derecho). Universidad Católica de Colombia. Colombia. Repositorio académico CaC. <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/15023>

Morote, Jesús. (2017). El contrato de franquicia su regulación jurídica en el Perú. (Tesis para optar el título profesional de abogado). Universidad Privada de Pucallpa. Repositorio académico UPP.

[https://www.researchgate.net/publication/338444031\\_el\\_contrato\\_de\\_franquicia\\_su\\_regulacion\\_juridica\\_en\\_el\\_peru](https://www.researchgate.net/publication/338444031_el_contrato_de_franquicia_su_regulacion_juridica_en_el_peru)

Ochoa, G. (1969). Contratos nominados. *Estudios De Derecho*, 28(75), 71–98. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/red/article/view/334418>

Revista Enciclopédica Tributaria Opciones Legales. (2010). Contrato de franquicia. Fiscales. *Vlex*. <https://app.vlex.com/#vid/232631921>

Vega, M. (2010). Apuntes sobre los contratos atípicos o innominados. *Gestión en el tercer milenio*. 13(25). <https://doi.org/10.15381/gtm.v13i25.8877>

Velásquez, H. (2018). La franquicia en el Perú desde el punto de vista económico, jurídico y social, y la necesidad de una regulación jurídica ante su desarrollo en la economía peruana en el periodo 2009-2016. (Para adoptar el grado profesional de abogado). Universidad Nacional de San Agustín. Perú. Repositorio académico UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6111>

Vera, K. (2018). Planteamiento regulatorio de las Franquicias en el Perú (Para adoptar el grado académico de Maestro en Derecho de la Empresa). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú. Repositorio académico UPC. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623902/Vera\\_ok.pdf?sequence=12&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623902/Vera_ok.pdf?sequence=12&isAllowed=y)

Woolcott, O. (2001). La responsabilidad civil del productor de bienes y servicios defectuosos en el Perú. *Dike*. [http://dike.pucp.edu.pe/doctrina/civ\\_art2.PDF](http://dike.pucp.edu.pe/doctrina/civ_art2.PDF)

Zorrilla, Gustavo. (2019). La necesidad de una regulación de franquicia: promoviendo y protegiendo la inversión en el Perú. (Tesis para optar el título profesional de abogado). Universidad Ricardo Palma. Repositorio académico URP. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/2832>

### **Anexos**

1. Sala Especializada en Protección al Consumidor (2014). Resolución 1615-2014/SPC-INDECOPI. Tribunal de defensa de la competencia y de la propiedad intelectual. [John Wilber Contreras Jiménez contra Olva Courier S.A.C].
2. Tribunal Supremo - Sala Primera de lo Civil (2021). Resolución 98/2021. Audiencia Provincial de Lleida, Sección Segunda. [D. Jesús contra Activity Clínica Dental S.L., D. Carmen, D. Catalina, D. Marcelino y Laboratorios Lucas Nicolás, S.L. con nombre comercial Clínicas Vitaldent].