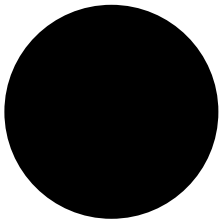
Lineamientos de evaluación para los contratos de franquicia



Escrito por: Rafael Badell Madrid

● Imprimir Documento

PUBLICACIÓN RECIENTE

REPÚBLICA DE VENEZUELA

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Superintendencia para la Promoción y Protección de la

Libre Competencia

Despacho del Superintendente

Resolución N° SPPLC – 038-99

Caracas, 9 de julio de 1999

Años 189° y 140°

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29, numeral 10, de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia, en concordancia con los artículos 9, 16, numerales 6 y 7, y 21 del Reglamento Nº 1 de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia, esta Superintendencia,

REPÚBLICA DE VENEZUELA

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Superintendencia para la Promoción y Protección de la

Libre Competencia

Despacho del Superintendente

Resolución N° SPPLC – 038-99

Caracas, 9 de julio de 1999

Años 189° y 140°

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29, numeral 10, de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia, en concordancia con los artículos 9, 16, numerales 6 y 7, y 21 del Reglamento Nº 1 de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia, esta Superintendencia,

Considerando

Que el artículo 10, ordinal 2°, de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia prohibe, en principio, los acuerdos, decisiones, recomendaciones colectivas o prácticas concertadas para limitar la producción, la distribución y el desarrollo técnico o tecnológico;

Considerando

Que, sin embargo, el artículo 18, ordinal 3°, de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia estableció la posibilidad de que se permita, bajo ciertas condiciones, la realización de actividades en principio prohibidas, como «las representaciones territoriales exclusivas y las franquicias con prohibiciones de comerciar con otros productos»;

Considerando

Que las franquicias son esencialmente licencias de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas comerciales, signos distintivos o «know-how», que pueden combinarse con obligaciones de suministro o compra de bienes.

Considerando

Que las franquicias de distribución y de servicios frecuentemente generan eficiencias económicas, aportan ventajas a los consumidores o usuarios de bienes o servicios, y contribuyen a mejorar la producción, comercialización y distribución de bienes y la prestación de servicios, así como a promover el progreso técnico o económico.

Considerando

Que las franquicias dan a los franquiciadores la posibilidad de crear una red de distribución uniforme con inversiones limitadas, lo cual puede favorecer la entrada de nuevos competidores en el mercado, y permite que los comerciantes independientes puedan establecer instalaciones más rápidamente y con más

posibilidades de competir exitosamente con grandes empresas de distribución.

Considerando

Que las franquicias combinan las ventajas de una red de distribución uniforme con la existencia de comerciantes personalmente interesados en el funcionamiento eficaz de su empresa, y aseguran una calidad constante de los productos, en razón del carácter homogéneo de la red de distribución y de la cooperación permanente entre el franquiciador y el franquiciado.

Considerando

Que las franquicias generan un efecto favorable sobre la competencia entre marcas y que el hecho de que los consumidores sean libres para tratar con cualquier franquiciado, en la red de distribución, garantizan que una parte razonable de los beneficios resultantes se transmitirán a los consumidores.

Leer más

Imprimir o guardar documento

Suscríbete a nuestro reporte legal.