



30 de noviembre de 2010

Hon. José L. Chico Vega
Presidente
Comisión de Desarrollo Económico, Planificación, Comercio,
Industria y Telecomunicaciones
Camara de Representantes

Lcda. Olga M. de la Torre Maldonado
Directora
Asuntos Legales y Legislativos
Cámara de Comercio de Puerto Rico

P de la C 3059

Agradecemos de antemano nos permita la oportunidad de expresar nuestros comentarios en torno al **Proyecto de la Cámara 3059** que busca establecer la “Ley de Franquicias de Puerto Rico”, a fin de reglamentar el negocio de franquicias comerciales en la Isla.

Señala la medida en su Exposición de Motivos que Nuestra Isla cuenta hoy con uno de los segmentos empresariales de mayor crecimiento en los últimos años: el negocio de las franquicias comerciales. Tal cual se establece en la medida, Actualmente, el *Federal Trade Commission* es la entidad encargada de regular y fiscalizar el negocio de franquicias en todos los estados de los Estados Unidos de América y sus territorios. Esta agencia tiene la responsabilidad de administrar las disposiciones de la Regla contenida en el 16 C.F.R. 436, que regula la promoción, oferta, licenciamiento, contratación o venta de franquicias. Con el pasar de los años, los tribunales a nivel federal, han establecido que los estados

pueden legislar sobre el tema de las franquicias en busca de detener el abuso de los dueños de éstas contra los prospectos y sostienen leyes locales siempre y cuando, sean consistente con la legislación federal y, resulten con igual o mayor protección que la que brinda la regulación federal hacia los ciudadanos.

A raíz de lo anterior quince (15) estados de la Nación han promulgado legislación sobre franquicias requiriendo a los Franquiciadores proveer información transparente (disclousure) lo que se conoce en inglés como “Offering Circulars” a los potenciales compradores de la franquicia. Trece (13) de estos estados (CA, HI, IL., IN, MD., MN., NY., ND., RI., SD., VA., WA., WI.). Estos estados prohíben la oferta y venta de una franquicia dentro de su estado hasta que los “Offering Circulars” hayan sido radicadas y registradas en la agencia de estado que se designe para ello. Esto le provee a los compradores de franquicias importantes derechos legales entre ellos, el derecho de demandar a la entidad por violación a los requerimientos del descubrimiento de información (disclousure).

Indica la Exposición de Motivos que “esta legislación busca evitar prácticas engañosas o fraudulentas, competencia desleal, y garantizar que a nuestros empresarios locales se les dé un trato igual al que reciben sus conciudadanos franquiciados en los Estados Unidos. Se interesa además, fomentar la competencia y aumentar acceso a productos y servicios locales que cumplan con los estándares de la franquicia, para que tanto los consumidores puertorriqueños como nuestros empresarios, tengan igual acceso a los mejores precios, productos, servicios, ofertas, y términos que ofrecen las empresas operadoras de franquicias en los Estados Unidos.”

La Cámara de Comercio de Puerto Rico es la institución portavoz de los negocios en Puerto Rico y representa a todo el comercio y la industria, grande o pequeña, de todos los sectores de la Isla. Sus esfuerzos van dirigidos a adelantar el progreso humano fomentando un clima económico, político, tecnológico y social favorable al desarrollo de la empresa privada y consecuentemente a la prosperidad de la comunidad en general. La Cámara de Comercio de Puerto Rico busca crear las condiciones socio-económicas sustentables que potencialicen la competitividad de Puerto Rico, promoviendo la innovación y el espíritu empresarial.

En Puerto Rico se ha reflejado un incremento significativo en los negocios de Franquicia, particularmente los relacionados a Ventas de Comida (Restaurantes), aunque no son los únicos negocios de Franquicia en la Isla ya que también tenemos Franquicias de servicios que se han desarrollado en los últimos años. Las franquicias constituyen una forma de hacer negocios que ha ido ganando mayor arraigo a través de los años. En Estados Unidos de América su comienzo se remonta a las grandes franquicias de la industria del automóvil y el aceite. Curry, Larkworthy and Mellor, *Partners for Profit - A Study of Franchising* (New York: American Management Association, 1966), p. II. Desde entonces su popularidad ha ascendido a causa de los beneficios que le provee tanto al dueño de la franquicia o franquiciador como a los subdueños y tenedores de éstas.

Por parte de los dueños, éstos ven en la venta de las franquicias, la posibilidad de expandir su concepto comercial a través de diferentes áreas geográficas mediante la inversión en propiedad y operaciones por parte de un tenedor de franquicias. A la vez obtiene un porcentaje de los ingresos de la empresa o negocio local. A cambio de esto, se obliga a conceder unos derechos de uso de marcas de fábrica, fórmulas secretas, métodos operacionales, equipos especializados, entrenamientos especiales y cualquier otro que el dueño de la franquicia tenga como exclusivo.

Los tenedores de franquicias, a su vez, ven en este método para efectuar negocios la posibilidad de establecer una empresa sintiendo un alto grado de independencia y seguridad en su inversión. Richard Finn en su libro *Your Fortune in Franchises* (Chicago: Contemporary Books, 1979), comenta que el comenzar un negocio por cuenta propia envuelve un riesgo en una proporción de ocho a diez de que el mismo va a sucumbir dentro de los primeros cinco años. Por otro lado, el establecer una franquicia provee la posibilidad, en una proporción de ocho a diez de que tendrá éxito en el primer año y sobre nueve a diez de que sobrevivirá en los primeros cinco años operacionales.

La popularidad de la que gozan las franquicias llevó a que el Federal Trade Commission regulara este tipo de negocio, 16 C.F.R., sec. 436. Este reglamento establece los requisitos básicos de “disclosure”, para todos los estados de la Nación Norteamericana y Puerto Rico, al negociar o establecer un pacto entre dueño y tenedor de franquicia. En específico, se

establecen los requisitos de descubrimiento de información para la creación de un documento en el que se revelen ciertos datos respecto al dueño o vendedor de franquicia, el lugar y el modo de llevar los negocios y estados financieros de su(s) franquicia(s). Con ello se reduce la posibilidad de fraude o engaño por el dueño de la franquicia en perjuicio del tenedor de la misma.

En Puerto Rico rigen las disposiciones del Code of Federal Regulations 16 C.F.R., Sección 436, en toda su extensión. Quiere decir que dicho reglamento abarca tanto los acuerdos de establecimiento de franquicias en Estados Unidos con el tenedor de franquicias en Puerto Rico y vice versa.

La Cámara de Comercio de Puerto Rico ha evaluado la presente medida con detenimiento y respetuosamente recomendamos que no se apruebe la mencionada medida, ya que la misma puede tener el efecto de limitar el atractivo de Puerto Rico como lugar para establecer nuevas franquicias por parte de empresas norteamericanas. Entendemos que la materia está adecuadamente reglamentada por el gobierno federal al requerir a los dueños de franquicias negociar en forma transparente con posibles tenedores de franquicias. Por otro lado, está también reglamentado por el Código Civil de Puerto Rico en lo que a contratación se refiere. También actualmente son de aplicación a esta relación comercial la Ley Núm. 75 de 24 de junio de 1964, según enmendada, que provee para que se reglamenten los contratos de distribución en Puerto Rico y/o la Ley Núm. 77 de 25 de junio de 1964, según enmendada; mejor conocida como “Ley para Prohibir las Prácticas Monopolísticas y Proteger la Justa y Libre Competencia en los Negocios y el Comercio”.

Actualmente se ventila en los tribunales, bajo el caso número KAC2007-0725, una demanda incoada por un grupo de concesionarios de la franquicia McDonald's en Puerto Rico contra McDonald's Corporation, McDonald's System de Puerto Rico, Inc. y Golden Arch Development Corporation. La demanda fue presentada en el Tribunal de Primera Instancia de San Juan el 26 de enero de 2007. Posteriormente, la demanda fue enmendada para traer como parte demandada a LatAm, LLC, luego de que ésta adquiriera ciertos derechos sobre la franquicia McDonald's en Puerto Rico. El caso judicial versa sobre la relación contractual entre las partes afectadas y el comportamiento de éstas. Tenemos que recordar que la relación entre un Franquiciador y un

Franquiciado es una contractual. Ya nuestro ordenamiento jurídico atiende todo lo relacionado a relaciones contractuales entre las partes contratantes.

Por otro lado la Oficina de Asuntos Monopolísticos del Departamento de Justicia, conforme a las facultades y obligaciones que se derivan de la Ley Núm. 77, supra, tiene el deber ministerial de investigar, radicar y procesar, entre otras cosas, casos que versen sobre controversias como las que se describen en la Exposición de Motivos de la Medida. Entiéndase, la OAMDJ intervendrá, según sea necesario, en aquellos casos en que se planteen prácticas injustas de competencia, tendencias monopolísticas y discriminación en precio. Esto atiende la preocupación levantada por la Legislatura en su exposición de motivos cuando dice que “Esta legislación busca evitar prácticas engañosas o fraudulentas, competencia desleal, y garantizar que a nuestros empresarios locales se les dé un trato igual al que reciben sus conciudadanos franquiciados en los Estados Unidos”.

Entendemos que la reglamentación tal como fuera propuesta en la medida puede reducir las posibilidades de que más empresarios puertorriqueños puedan beneficiarse de innovadoras franquicias norteamericanas. El negocio de franquicias es uno muy sensible como refleja la experiencia en países tales como Panamá, Honduras y Santo Domingo, donde el lograr convertirse en tenedor de franquicias es sumamente complicado y está lleno de innumerables requisitos y condiciones restrictivas que establece el dueño de la franquicia (incluyendo las condiciones de pago) como resultado de la excesiva intervención gubernamental. Los dueños de franquicias son sumamente cuidadosos en asegurarse que adoptan las medidas corporativas adecuadas para que las franquicias y los tenedores sean entidades exitosas. Con ese objetivo de éxito, las franquicias ofrecen a los tenedores seminarios y entrenamiento continuo sin costo para éstos, así como el entrenamiento de los recursos humanos, facilidades de financiamiento, etc., y toman medidas para que la tecnología más adelantada forme parte de los negocios de tenedores de franquicia para asegurar el éxito de la misma. El sector comercial de Puerto Rico se beneficia enormemente por el potencial de crecimiento que ofrece el concepto de negocio por franquicia y en este momento no recomendamos que esta expansión potencial del sector comercial sea afectada por reglamentación adicional cuando ya la relación contractual entre franquiciante y franquiciado es

atendida por nuestro ordenamiento Jurídico así como por la Reglamentación Federal.

La CCPR sugiere una medida o reglamentación a los fines de obligar al dueño de un negocio de Franquicia que intenta vender su negocio a los franquiciados, a ser transparente y haga un “full disclosure” de su oferta de franquicias y conforme han hecho otros estados de la Nación ya mencionados, solicitar radique en alguna agencia gubernamental a determinarse como por ejemplo, el Departamento de Estado, su “offering Circulars” conteniendo toda la información que requiere la Reglamentación Federal. Proveyendo al Franquiciado una seguridad y transparencia de la oferta que se está negociando, en Puerto Rico, para todos por igual.

La relación entre el gobierno y el sector privado no puede ser exclusivamente una de autoridad. El éxito económico depende de que el gobierno y la empresa privada trabajen en estrecha colaboración, para crear un sinergismo realmente efectivo entre ambos sectores.

Por otro lado, la reglamentación excesiva o innecesaria sobre la actividad comercial tiene el efecto inmediato de restarles agilidad decisional a nuestros empresarios. La Isla no puede darse el lujo de tener reglamentadores gubernamentales que insistan en imponer sus puntos de vista sobre todos los demás y sin medir las consecuencias de sus actos. Muchos de ellos están muy bien intencionados; pero en el ánimo de sus buenas intenciones, es frecuente que traten de corregir males que no existen, o peor aún, echar culpas de los males sociales de nuestra Isla a una industria tan importante para Puerto Rico, limitando en el proceso la capacidad de las empresas para competir en el nuevo mercado globalizado.

Para alcanzar el máximo grado de bienestar social y económico es necesario mantener un clima de libertad individual y social compatible con una economía de libre empresa. La experiencia ha demostrado que la intervención gubernamental obstaculiza y limita la libre iniciativa y el desarrollo de nuevas y mejores técnicas, en detrimento de nuestra economía.

La CCPR percibe la interacción entre el sector empresarial y el gobierno como una de colaboración y de integración de esfuerzos en la

determinación de políticas públicas y en el establecimiento de normas que guían el desarrollo socio-económico del país. Reconocemos que existe una comunidad de intereses entre el gobierno y el sector privado. Ambos tenemos un interés vital en el progreso y la buena calidad de vida para toda la población. La CCPR comparte el interés de esta Legislatura de querer preservar los miles de empleos que se generan de esta relación de Franquicias pero entiende que aprobar legislación como la propuesta no resulta efectivo para lograr ese fin, por lo oneroso que resulta y por el aumento en el costo de hacer este tipo de negocios.

Por todo lo antes expuesto, ***La Cámara de Comercio de Puerto Rico no avala*** el P de la C 3059. Esperamos que nuestros comentarios le hayan sido de utilidad, reiterándonos a la disposición de estas Comisiones para toda gestión en que le podamos ser de ayuda y solicitando un turno para presentar nuestra ponencia.