

PROGRAMA DE FORMACIÓN “El Marco Legal de la Franquicia Comercial en la República Argentina” – Escuela de Posgrado CPACF

Dirección Académica: (PhD). Graciela Karina Torales

Fundamentos:

El contrato de franquicia comercial se ha consolidado como una herramienta estratégica clave para la expansión de negocios en el mundo contemporáneo. En Argentina, su creciente relevancia plantea desafíos jurídicos que exigen una comprensión transversal, técnica y actualizada. Este programa aborda la faz jurídica de la franquicia comercial como un negocio complejo que combina temas centrales de la parte general del derecho de los contratos, derechos de propiedad industrial e intelectual, diversas relaciones comerciales duraderas, una autonomía jurídica y económica base, junto con algunos regímenes tutelares, entre otro conjunto de temas que lo constituyen. Su estudio integral permite desentrañar la interacción entre normas contractuales, laborales, societarias y de defensa de la competencia, con todas las particularidades de este especial contrato de distribución. El enfoque propuesto, riguroso y con fuerte anclaje práctico, ofrece al cursante herramientas sólidas para interpretar, negociar y redactar contratos de franquicia en contextos dinámicos, minimizando riesgos y promoviendo relaciones sostenibles.

Objetivo General:

Brindar una formación especializada, integral y rigurosa sobre el contrato de franquicia comercial en el marco del derecho argentino, que permita al cursante comprender su estructura jurídica compleja, su articulación con regímenes normativos diversos y su funcionalidad en el mundo de los negocios. A través de una mirada transversal y técnica, y con el apoyo de práctica experimental, se busca que los participantes adquieran capacidades para interpretar, analizar, negociar y redactar contratos de franquicia comercial adecuados a contextos empresariales dinámicos.

Objetivos Específicos:

- Analizar los fundamentos conceptuales y normativos del contrato de franquicia comercial, en el marco del derecho privado contemporáneo y su función económica en los sistemas de distribución.
- Comprender la estructura jurídica de la franquicia comercial, a partir del estudio de sus elementos esenciales, obligaciones recíprocas y características distintivas respecto de otras figuras contractuales afines.
- Examinar las etapas precontractuales, las dinámicas de negociación y los deberes de información que inciden en la formación válida y eficaz del contrato de franquicia.

- Interpretar el vínculo de la franquicia comercial con otros regímenes jurídicos relevantes, como el derecho del consumo, el derecho del trabajo, la propiedad intelectual y la defensa de la competencia.
- Evaluar críticamente las cláusulas más habituales del contrato de franquicia y sus efectos jurídicos, identificando aquellas que pueden resultar abusivas, ineficaces o generadoras de conflictos.
- Producir, a través del sistema de práctica experimental, modelos de contrato de franquicia comercial, junto con lineamientos generales para el diseño de diversos manuales (operativos, técnicos, de imagen).

Contenidos:

1. La franquicia como negocio complejo

Introducción al concepto. Evolución histórica. Nociones fundamentales para comprender su estructura y dinámica operativa. Definición legal vigente. Núcleo funcional del fondo de comercio.

2. Tratativas preliminares. Estructuras legales sobre la confidencialidad.

La importancia de la etapa precontractual. Perfiles.

Confianza, negociación, deber de reserva y confidencialidad.

Lineamientos Doctrinarios sobre Responsabilidad Precontractual.

3. Estructura esencial del contrato de franquicia

Análisis de los elementos que definen al contrato: licencias, asistencia técnica, sistema reproducible y know-how (probado, secreto, esencial, transmisible).

4. Información precontractual

El deber de disclosure: qué debe conocer el futuro franquiciado y cómo se entrega la información.

Modelos internacionales (derecho comparado y soft law)

5. Funciones, derechos y obligaciones de la persona franquiciante

Rol activo en la asistencia y supervisión. Mantenimiento de la calidad y consistencia del sistema. Provisión de productos.

Implicancias y “porqués” de los Manuales.

6. Derechos y Obligaciones de la persona franquiciada

Estándares, colaboración, preservación del prestigio y funcionamiento eficaz del modelo de negocio.

Uso adecuado del sistema y cumplimiento de estándares. Clausulado específico (auditorías y multas).

Obligaciones postcontractuales. Generalidades.

7. Exclusividad, territorio y clientela

Ubicación: territorio o zona de influencia.

Cesiones. Relaciones con la clientela.

8. Duración, prórrogas y finalización del contrato

Plazo mínimo legal: remisión normativa. Mecanismos de renovación. Formas de extinción del vínculo.

Particularidades.

9. Autonomía de las Partes versus Regímenes de Responsabilidad

Autonomía jurídica y económica de las partes.

Regímenes tutelares (derecho laboral y derecho del consumo) Límites a la responsabilidad solidaria.

Responsabilidad por vicios del sistema.

10. Régimen de Defensa de la Competencia

Una mirada al sistema de defensa de la competencia.

Sistema. Control societario. Vinculación Empresaria.

11. Cláusulas cuestionables y límites contractuales. Otras cláusulas generales

Cuando una cláusula puede considerarse nula o abusiva.

Estructura codificada.

12. Tipologías y estructuras de franquicias. Relaciones multilaterales

Distintas formas de organización: unidad individual, franquicia mayorista, desarrollo territorial y subfranquicias.

Soft law internacional.