CODIGO DE ETICA DE LA A.A.M.F.

1. Las presentes normas serán de cumplimiento ineludible para todos los asociados, quienes declaran conocerlas y aceptarlas en su totalidad. Estará a cargo de los franquiciantes entregar copia de las presentes disposiciones a todo eventual franquiciado al inicio de las tratativas y en general hacer saber a terceros su adhesión a estas normas.

2. **Respeto de las Normas Legales**. En la publicidad y posterior transferencia de franquicias, en sus negociaciones y en la ejecución de los contratos de franquicia que celebre, el asociado debe actuar respetando la letra y el espíritu de las normas legales aplicables, referida a leyes, decretos, resoluciones y demás regulaciones emanadas de las autoridades con jurisdicción en la materia, incluyendo aquéllas que emanaren del Consejo de la Asociación.

3. **Ofrecimiento de franquicias**. El ofrecimiento de la franquicia efectuado por el franquiciante, su representante o cualquier consultor de franquicias en nombre el franquiciante será completo, claro y exacto respecto de la inversión del franquiciado o sus intermediarios, y de todos los hechos esenciales relativos a la franquicia o su negociación.

4. **Publicidad de la franquicia**. La publicidad efectuada por cualquier miembro de la Asociacion deberá ser clara y directa, y presentada de manera tal que pueda ser fácilmente comprendida por aquellos a quienes está destinada.

Bajo ningún punto de vista podrá el franquiciante, asegurar el éxito del negocio o del franquiciado -si fuera el caso-, ni el nivel de ganancias esperado. Si hiciera referencia directa o indirecta sobre datos o registros de ventas o ganancias de los franquiciados o del negocio, necesariamente deberán ser comprobables y si se tratase de resultados fiancieros o ingresos del negocio, deberán estar certificados por contador público matriculado e independiente, acompañando la información pública de la empresa correspondiente al menos a dos ejercicios anuales completos anteriores a la certificación y de por lo menos dos puntos de venta comparables al que ofreció en franquicia.

La información sobre la inversión a cargo de los franquiciados deberá contener el detalle sobre los diversos ítems que la componen, y que porcentaje de financiación correrá por cuenta del franquiciante, si la hubiere.

5. **Marca Registrada**. Ningún asociado -cualesquiera sea su condicion y en particular si se tratara de un franquiciado- podrá copiar, o imitar una marca registrada, marca de servicio, diseño industrial, razón social o nombre comercial, logotipo u otra forma de identificación utilizada por un franquiciante, en otro negocio que pueda confundirse o hacer incurrir en confusiones o engaños a terceros. 6. **Formalidad previa a la venta de una franquicia**. Una exposición escrita de la información considerada esencial para la franquicia estará a disposición de los interesados en firme, con antelación suficiente a la ejecución de un documento vinculante. La misma estará a disposición y deberá contener al menos los siguientes datos, de acuerdo a las circusntancias particulares : a) Breve historia de la empresa b) Detalle de inversiones requeridas c) Listado de franquiciados d) delimitación geográfica del territorio e) indicación de todos los servicios que el franquiciante ofrece al franquiciado f) Informacion económica y financiera sobre un negocio en operación similar al ofrecido en franquicia -sea de propiedad del franquiciante o ya franquiciado- conteniendo la información que pide el articulo 4, por el plazo y con el detalle allí previstos.

7. **Contratos**. Todas las cuestiones fundamentales para la relación de la franquicia deberán estar contenidas en uno o más acuerdos escritos, que establecerán claramente para ambas partes los términos de la relación y los derechos y obligaciones de los firmantes. Todos los instrumentos deberán estar redactados en lenguaje y estilo comprensibles para el franquiciado, sin ambigüedades ni remisión a otros documentos que el franquiciado no declare conocer acabadamente. En particular el franquiciante debe mantener su marca registrada durante toda la vigencia del convenio en las clases que correpondan al tipo de negocio o producto ofrecido, prestar asistencia técnica al franquiciado y hacerlo participe de la actualización del know how que se produzcan durante la vigencia del contrato de franquicia. A su vez, el franquiciao debe operar el negocio conforme a las especificaciones del franquiciante, mantener la

confidencialidad del know how, abstenerse de tomar medidas o acciones que afecten negativamente a la marca, el prestigio de la empresa o la reputación del franquiciante durante la vigencia del contrato y por un periodo razonable con posterioridad a su terminación. Ambas partes del contrato de franquicia deberán actuar de buena fe y lealmente en la difusión y publicidad del negocio y sistema franquiciado.

8. **Asistencia al franquiciado**. Bajo ningún aspecto se le negará al futuro franquiciado su derecho a contar con asistencia profesional en cualesquiera de las disciplinas atinentes a la franquicia, inclusive la presencia de sus asesores tanto durante las reuniones previas como durante el desarrollo y finalización de la misma.

9. **Selección de franquiciados**. El franquiciante seleccionará y aceptará sólo aquellos franquiciados que, luego de una razonable investigación, aparezcan como poseedores de la habilidad básica, educación, cualidades personales y recursos económicos suficientes para desarrollar adecuadamente la franquicia.

10. **Supervisión**. El franquiciante proveerá una razonable guía y supervisión permanente de la franquicia de modo de mantener la integridad del sistema para beneficio de todas las partes interesadas.

11. **Resolución de Conflictos**. El franquiciante hará sus máximos esfuerzos para atender y resolver las dudas y quejas de sus franquiciados, buscando vías directas de comunicación y negociación, actuando con profesionalidad, equidad y responsabilidad. Si ellas no resultaren exitosas, ambos podrán recurrir al proceso de mediación o al arbitral que esta Asociación pone a su alcance, como forma rápida y accesible de solucionar sus diferencias.

12. **Obligaciones de los socios consultores.**

Los asociados que practiquen la consultoría en franchising deberán :

• Estar capacitados adecuadamente en las múltiples facetas que hacen a la disciplina, en la esfera de su competencia, de modo de evacuar técnicamente

las consultas con la máxima solvencia y seriedad, antes de efectuar publicidad en tal sentido.

• No efectuar publicidad engañosa y respetar las normas nacionales o locales, o las emanadas de esta Asociación vigentes en la materia, Consejos o Asociaciones que los agrupen.

• Asesorar lealmente a los potenciales interesados en la confección de instrumentos y documentos necesarios para concretar la operación.

• Asegurar que ambas partes estén totalmente familiarizadas con los derechos y obligaciones que cada uno tiene para con la otra.

• Respetar la confidencialidad de toda la información concerniente al negocio del cliente, y no revelarla ni permitir que se revele sin la previa autorización escrita del cliente.

• Reconocer claramente y practicar este CODIGO DE ETICA adoptado por todas las categorías de miembros, referido a la negociación con el interesado potencial y a sus relaciones con otros consultores.

• A actuar con probidad y buena fe en el asesoramiento a sus clientes y en sus relaciones con otros consultores y a no competir en forma alguna con la Asociación que integran.

13. Los asociados que violaren cualesquiera de las disposiciones contenidas en el presente Código de Ética, serán pasibles de las sanciones previstas en el Estatuto de la Asociación, previo dictamen del Tribunal de Ética de la Asociación.

……

Firma

Empresa:…….....

Nombre:……...

Cargo:…….