

Registro: 2003835

Localización: 10a. Época, T.C.C., S.J.F. y su Gaceta, Libro XXI, Junio de 2013, Tomo 2, p. 1250, [A], Administrativa, Civil, Número de tesis: I.3o.C.99 C (10a.)

CONTRATO DE FRANQUICIA Y KNOW-HOW (SECRETO INDUSTRIAL). SU CONCEPTO. El artículo 142, párrafo primero, de la Ley de la Propiedad Industrial establece: "Existirá franquicia, cuando con la licencia de uso de una marca, otorgada por escrito, se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda 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, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue.". De ahí que en toda franquicia existen dos partes esenciales que lo conforman: el franquiciante y el franquiciatario. El primero de ellos es quien, por regla general, es titular de una marca protegida por el derecho de propiedad intelectual o de autor, marca que incluso puede ser de gran popularidad en el comercio, por virtud del lanzamiento al mercado de una fórmula para la producción de un bien o un servicio determinado. De modo que el franquiciatario, por su parte, es la persona o empresa que quiere minimizar el riesgo de sus activos, por lo que prefiere mediante el pago de regalías o renta, utilizar una fórmula ya probada en el mercado que no sea creada por él, sino que por virtud del pago de regalías le brinde el derecho de operar bajo el mismo nombre, imagen y marca ya conocidos en el mercado, lo que constituye una réplica de la fórmula inventada por el franquiciante. A la luz de este precepto legal, es un elemento constitutivo de la franquicia el know-how o saber hacer, ya que así se le denomina a los conocimientos preexistentes que incluyen técnicas, información secreta, teorías e incluso datos privados (como clientes o proveedores), constituyendo una serie de informaciones prácticas probadas y resultantes de la experiencia del franquiciante, mismo que debe de contar con los siguientes elementos: a) Secreto. No es conocido, ni resulta de fácil acceso; b) Sustancial. Debe incluir información importante para la venta de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales y, en particular, la gestión financiera y administrativa; y, c) Identificado. Debe estar descrito de forma que permita verificar si reúne las condiciones de los elementos secreto y sustancial. Por consiguiente, el know-how es uno de los aspectos más importantes sobre el que se sustenta el contrato de franquicia.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA CIVIL DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 406/2011. Rubén Fernández Valadez. 17 de noviembre de 2011. Unanimidad de votos. Ponente: Neófito López Ramos. Secretario: Mariano Suárez Reyes.