FIAF – FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE FRANQUICIAS

CÓDIGO DE CONDUTAS ÉTICAS

CAPÍTULO I – DA NATUREZA DO DOCUMENTO

Art. 1º. O presente Código de Condutas Éticas tem por objetivo:

I - Indicar quais os princípios éticos e as boas práticas que devem ser exigidas dos integrantes do sistema de franchising, associados ou não associados, as Associações ou Federações Nacionais de Franquias integrantes do quadro associativo da FIAF;

II - Indicar a cada uma das Associações ou Federações Nacionais de Franquias associadas à FIAF quais os princípios éticos e boas práticas que devem adotar.

CAPÍTULO II – DOS PRINCÍPIOS ÉTICOS

Art. 2º. O presente Código de Condutas Éticas é regido pelos seguintes princípios:

I – Transparência;

II – Lealdade;

FIAF – FEDERACIÓN IBEROAMERICANA DE FRANQUICIAS

CÓDIGO DE CONDUCTAS ÉTICAS

CAPÍTULO I – DE LA NATURALEZA DEL DOCUMENTO

Art. 1º. El presente Código de Conductas Éticas tiene el objetivo:

I - Indicar cuales son los principios éticos y las buenas prácticas que deben requerirse de los integrantes del sistema de franchising, asociados o no asociados, las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias integrantes del cuadro asociativo de FIAF;

II - Indicar a cada una de las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias asociadas a FIAF cuales son los principios éticos y buenas prácticas que deben adoptarse.

CAPÍTULO II – DE LOS PRINCIPIOS ÉTICOS

Art. 2º. El presente Código de Conductas Éticas se rige por los siguientes principios:

I – Transparencia;

II – Lealtad;

III – Respeito;

IV – Responsabilidade Corporativa.

Parágrafo Primeiro – Todas as Associações ou Federações Nacionais de Franquias associadas à FIAF devem ter códigos condutas éticas que orientem e exijam boas práticas de seus associados.

Parágrafo Segundo – Os Códigos de Condutas Éticas das Associações ou Federações Nacionais de Franquias associadas à FIAF devem prever os princípios éticos previstos nos incisos I a IV do artigo 2º.

Parágrafo Terceiro – As Associações ou Federações Nacionais de Franquias associadas à FIAF podem incluir em seus Códigos de Condutas Éticas outros princípios éticos além dos previstos nos incisos I a IV do artigo 2º.

TRANSPARÊNCIA

Art. 3º. As organizações são transparentes, no conceito consagrado pela governança corporativa, quando obedecem ao critério de relevância ao divulgar informações, sejam ou não obrigatórias por leis ou regulamentos, mas que de fato interessam aos seus públicos. Em consequência, a FIAF estimula que as Associações ou Federações Nacionais de Franquias

III – Respecto;

IV – Responsabilidad Corporativa.

Párrafo Primero –Todas las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias asociadas a FIAF deben contener códigos de conductas éticas que direccionan y requieran buenas prácticas de sus asociados.

Párrafo Segundo –Los Códigos de Conductas Éticas de las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias asociadas a FIAF deben prever los principios éticos previstos en los ítems I al IV del artículo 2º.

Párrafo Tercero –Las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias asociadas a FIAF pueden incluir en sus Códigos de Conductas Éticas otros principios éticos además de los previstos en los ítems I al IV del artículo 2º.

TRANSPARENCIA

Art. 3º. Las organizaciones son transparentes, en el concepto consagrado por la gobernanza corporativa, cuando obedecen al criterio de relevancia al divulgar informaciones sean o no obligatorias por leyes o reglamentos, pero que de hecho interesan a sus públicos. En consecuencia, FIAF estimula que las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias también

também estimulem seus associados a adotarem as seguintes práticas:

I - O franqueador deve prestar ao potencial franqueado todas as informações necessárias para que o franqueado se envolva na relação de franquia, com pleno conhecimento de seus compromissos e responsabilidades.

II – O franqueador deve prestar e divulgar informações claras, exatas, fiéis, que propiciem aos futuros e atuais parceiros condições concretas de avaliação dos riscos de cada investimento;

III – O contrato de franquia deve ser apresentado ao potencial franqueado e dado um prazo razoável que permita a análise completa do documento;

IV – O franqueador deve prover aos candidatos a franqueados informações indispensáveis para o processo de seleção e para o bom relacionamento entre franqueadores e franqueados em termos de direitos, obrigações, particularidades e correspondentes responsabilidades;

V – O franqueador deve selecionar os franqueados com o objetivo de alcançar o êxito mútuo nos negócios.

VI – O franqueador deve fazer a escolha do franqueado independentemente de gênero, religião, cor da pele, estado civil,

estimulen sus asociados a adoptar las siguientes prácticas:

I - El franquiciador debe prestar al potencial franquiciado todas las informaciones necesarias para que el franquiciado se involucre en la relación de franquicia, con pleno conocimiento de sus compromisos y responsabilidades.

II –El franquiciados debe prestar y divulgar informaciones claras, exactas, fidedignas, que proporcionen a los futuros y actuales asociados condiciones concretas de evaluación de los riesgos de cada inversión;

III –El contrato de franquicia debe presentarse al potencial franquiciado y dado un plazo razonable que permita el análisis completa del documento;

IV –El franquiciador debe proveer a los candidatos a franquiciados informaciones indispensables para el proceso de selección y para la buena relación entre franquiciadores y franquiciados en términos de derechos, obligaciones, particularidades y correspondientes responsabilidades;

V –El franquiciador debe seleccionar los franquiciados con el objetivo de alcanzar el éxito mutuo en los negocios.

VI –El franquiciador debe hacer la elección del franquiciado independientemente del género, religión, color de piel, estado civil,

idade, nacionalidade e outros tipos de preconceito;

VII – O franqueador deve encorajar o potencial franqueado a fazer contato com os franqueados da rede de franquia que ele pretende ingressar;

Art. 4º. Em observância as boas práticas de transparência, as Associações ou Federações Nacionais de Franquias associados a FIAF devem adotar as seguintes práticas:

I – Ter políticas escritas para a assunção de despesas;

II – Ter políticas escritas sobre compras;

III – Divulgar suas demonstrações financeiras;

IV – Dar publicidade ao planejamento financeiro e estratégico;

V – Ter um Conselho Fiscal composto por pessoas eleitas pelos associados;

RESPEITO

Art. 5º. O respeito é reconhecido pela ética da reciprocidade e tem grande importância na interação social. O respeito impede que uma pessoa tenha atitudes reprováveis em relação a outra. O respeito mútuo é essencial para uma convivência saudável. É um

edad, nacionalidad y otros tipos de prejuicios;

VII –El franquiciador debe encorajar el potencial franquiciado a hacer contacto con los franquiciados de red de franquicia que él pretende ingresar;

Art. 4º. En observancia a las buenas prácticas de transparencia, las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias asociadas a FIAF deben adoptar las siguientes prácticas:

I – Contener políticas escritas para la asunción de gastos;

II – Contener políticas escritas sobre compras;

III – Divulgar sus demostraciones financieras;

IV – Dar publicidad al planeamiento financiero y estratégico;

V – Tener un Consejo Fiscal compuesto por personas elegidas por los asociados;

RESPECTO

Art. 5º. Se reconoce el respecto por la ética de la reciprocidad y tiene grande importancia en la interacción social. El respecto impide que una persona tenga actitudes reprobables con relación a otra. El respeto mutuo es esencial para una convivencia

valor que conduz o homem a reconhecer, aceitar, apreciar e valorizar as qualidades do próximo, os seus direitos, deveres e responsabilidades. Em decorrência deste princípio, a FIAF estimula que as Associações ou Federações Nacionais de Franquias também estimulem seus associados a adotarem as seguintes práticas:

I – O franqueador e o franqueado devem colaborar ativamente na formação de uma cultura de respeito pelo sistema de franchising, por meio da atividade empresarial, pessoal ou profissional;

II - O franqueador e o franqueado devem respeitar-se mutuamente de forma a construírem uma relação empresarial sólida com o aprimoramento contínuo do negócio;

III – O franqueador e o franqueado devem respeitar as boas práticas de concorrência, antes, durante e depois do encerramento do contrato de franquia;

IV – O franqueador e o franqueado devem respeitar o meio ambiente, o consumidor, a sociedade, seus colaboradores e fornecedores;

V – O franqueador e o franqueado devem articular parcerias e conduzir seus negócios com *stakeholders* que também tenham em suas práticas princípios norteados por respeito ao meio ambiente, ao consumidor, a

saludable. Es un valor que conduce el hombre a reconocer, aceptar, apreciar y valorar las calidades del próximo, sus derechos, deberes y responsabilidades. En recurrencia de este principio, FIAF estimula que las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias también estimulen sus asociados a adoptar las siguientes prácticas:

I –El franquiciador y el franquiciado deben colaborar activamente en la formación de una cultura de respeto por el sistema de franchising, mediante la actividad empresarial, personal o profesional;

II - El franquiciador y el franquiciado deben respetarse mutuamente de forma a constituir una relación empresarial sólida con el perfeccionamiento continuo del negocio;

III –El franquiciador y el franquiciado deben respetar las buenas prácticas de competencia, antes, durante y después del cierre del contrato de franquicia;

IV –El franquiciador y el franquiciado deben respetar el medio ambiente, el consumidor, la sociedad, sus colaboradores y proveedores;

V –El franquiciador y el franquiciado deben articular asociaciones y conducir sus negocios con *stakeholders* que también tengan en sus prácticas principios orientados por respeto al medio ambiente, al

sociedade, aos colaboradores e aos fornecedores;

VI – Franqueador e Franqueado devem se abster de divulgar qualquer tipo de informação capaz de afetar a reputação ou a imagem do(s) concorrente(s);

VII – Franqueador e Franqueado devem se abster de contribuir para divulgação de informações inverídicas sobre o(s) concorrente(s);

VIII – Franqueador e Franqueado não devem praticar assédio moral ou sexual em suas redes.

IX – Franqueador e Franqueado devem eliminar todas as formas de preconceito, estimulando o respeito à diversidade, à inserção de grupos socialmente discriminados e à discussão das diferenças.

Art. 6º. Em observância ao princípio do respeito, as Associações ou Federações Nacionais de Franquias associados a FIAF devem adotar as seguintes práticas:

I – Colaborar ativamente na formação de uma cultura de respeito pelo sistema de franchising, por meio da atividade empresarial, pessoal ou profissional;

II – Respeito ao meio ambiente, o consumidor, a sociedade, aos colaboradores e aos fornecedores;

III – Articular parcerias e conduzir seus negócios com *stakeholders* que

consumidor, la sociedad, a los colaboradores y a los proveedores;

VI –Franquiciador y Franquiciado deben abstenerse de divulgar cualquier tipo de información capaz de afectar la reputación o la imagen del (los) concurrente(s);

VII –Franquiciador y Franquiciado deben abstenerse de contribuir para divulgación de informaciones falsas acerca del (los) concurrente(s);

VIII –Franquiciador y Franquiciado no deben prácticas asedio moral o sexual en sus redes.

IX –Franquiciador y Franquiciado deben eliminar todas las formas de prejuicio, estimulando el respecto a la diversidad, a la inserción de grupos socialmente discriminados y a la discusión de las diferencias.

Art. 6º. En observancia al principio de respeto, las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias asociadas a FIAF deben adoptar las siguientes prácticas:

I –Colaborar activamente en la formación de una cultura de respeto por el sistema de franchising, mediante la actividad empresarial, personal o profesional;

II –Respecto al medio ambiente, el consumidor, la sociedad, a los colaboradores y a los proveedores;

III –Articular asociaciones y conducir sus negocios con *stakeholders* que

também tenham em suas práticas princípios norteados por respeito ao meio ambiente, ao consumidor, a sociedade, aos colaboradores e aos fornecedores;

IV – Não praticar o assédio moral ou sexual.

V – Eliminar todas as formas de preconceito, estimulando o respeito à diversidade, à inserção de grupos socialmente discriminados e à discussão das diferenças.

LEALDADE

Art. 7º. A lealdade consiste na forma íntegra, fiel, sincera, franca e honesta com a qual se devem se pautar as relações, sejam elas pessoais e/ou profissionais. Com base nessa definição, a FIAF estimula que as Associações ou Federações Nacionais de Franquias a também estimularem seus associados a adotarem as seguintes práticas:

I – O franqueador, antes e durante a relação de franquia, e o franqueado, durante a relação de franquia, devem sempre prestar um ao outro, informações claras, sem ambiguidades, acessíveis e verdadeiras sobre o negócio;

II – Franqueador e franqueado devem atuar e colaborar mutuamente para o sucesso da franquia e pelo fortalecimento da rede no mercado;

también tengan en sus prácticas principios orientados por respeto al medio ambiente, al consumidor, a la sociedad, a los colaboradores y a los proveedores;

IV –No prácticas el asedio moral o sexual.

V –Eliminar todas las formas de prejuicio, estimulando el respeto a la diversidad, a la inserción de grupos socialmente discriminados y a la discusión de las diferencias.

LEALTAD

Art. 7º. La Lealtad consiste en la forma íntegra, fiel, sincera, franca y honesta con la que se deben pautar las relaciones, sean ellas personales y/o profesionales. Basado en esa definición, FIAF estimula que las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias a también estimular sus asociados a adoptar las siguientes prácticas:

I –El franquiciador, antes y durante la relación de franquicia, y el franquiciado, durante la relación de franquicia, deben siempre prestar un al otro, informaciones claras, sin ambigüedades, asequibles y verdaderas acerca del negocio;

II –Franquiciador y franquiciado deben actuar y colaborar mutuamente para el éxito de la franquicia y por el

III – Franqueador e o franqueado devem fazer cumprir, salvo em circunstancias que permitam o contrário, todos os compromissos e responsabilidades assumidos entre ambos;

IV - Franqueador e franqueado devem primar pelo bom relacionamento na rede, buscando sempre a minimização dos conflitos;

V - Franqueador e franqueado devem evitar a judicialização dos conflitos, buscando sempre uma solução consensual;

VI - O franqueado não pode concorrer com a rede, através da apropriação ou desvio do *know-how* transmitido pelo franqueador;

VII - O franqueado deve observar o dever de confidencialidade durante e após o contrato de franquia.

VIII – O franqueador não deve concorrer com o franqueado e evitar a invasão e canibalização de território;

IX – Franqueador e franqueado não devem participar de atividades incompatíveis com as boas práticas do franchising ou cujo modelo de negócio ou estrutura legal se revelem conflitantes com as normas deste

X – O franqueador não deve realizar publicidade e/ou fazer a divulgação de franquias, marcas, produtos ou serviços que contenham ambiguidades, ou sejam fantasiosas

fortalecimiento de la red en el mercado;

III –Franquiciador y el franquiciado deben hacer cumplir, excepto en circunstancias que permitan lo contrario, todos los compromisos y responsabilidades asumidos entre ambos;

IV - Franquiciador y franquiciado deben primar por la buena relación en la red, buscando siempre a minimización de los conflictos;

V - Franquiciador y franquiciado deben evitar la judicialización de los conflictos, buscando siempre una solución consensual;

VI - El franquiciado no puede concurrir con la red, a través de la apropiación o desviación del *know how* transmitido por el franquiciador;

VII - El franquiciado debe observar el deber de confidencialidad durante y después del contrato de franquicia.

VIII –El franquiciador no debe concurrir con el franquiciado y evitar la invasión y canibalización del territorio;

IX –Franquiciador y franquiciado no deben participar de actividades incompatibles con las buenas prácticas del franchising o cuyo modelo de negocio o estructura legal se revelen conflictitos con las normas de este;

X –El franquiciador no debe realizar publicidad y/o hacer la divulgación de

ou enganosas sob a perspectiva de potenciais franqueados;

XI – O Franqueador deve exercer concorrência livre e leal com as demais empresas atuantes no mesmo segmento.

RESPONSABILIDADE CORPORATIVA

Art. 8º. Responsabilidade corporativa é a conciliação das esferas econômica, ambiental e social na geração de um cenário de continuidade e de expansão das atividades das empresas, sob a égide dos interesses maiores da sociedade. A partir dessa definição, a FIAF estimula que as Associações ou Federações Nacionais de Franquias adotem e também estimulem seus associados a adotarem as seguintes práticas:

I – Utilizar sempre as melhores práticas de governança;

II – Manter integração dos associados com ações sociais;

III – Certificar a inexistência do trabalho infantil e forçado na cadeia produtiva;

IV – Adoção de práticas anticorrupção e antissuborno, abstendo-se de oferecer, direta ou indiretamente,

franquicias, marcas, productos o servicios que contienen ambigüedades, o sean fantasiosas o engañosas bajo la perspectiva de potenciales franquiciados;

XI –El Franquiciador debe ejercer concurrencia libre y leal con las demás empresas actuantes en el mismo segmento.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Art. 8º. Responsabilidad corporativa es la conciliación de las esferas económicas, ambiental y social en la generación de un escenario de continuidad y de expansión de las actividades de las empresas, bajo la egida de los intereses mayores de la sociedad. A partir de esa definición, FIAF estimula que las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicias adopte y también estimule sus asociados a adoptar las siguientes prácticas:

I – Utilizar siempre las mejores prácticas de gobernanza;

II – Mantener integración de los asociados con acciones sociales;

III –Certificar la inexistencia del trabajo infantil y forzoso en la cadena productiva;

IV –Adopción de prácticas anticorrupción y antisoborno, absteniéndose de ofrecer, directa o

quaisquer quantias ou qualquer objeto de valor, qualquer comissão, remuneração ou vantagem, a qualquer agente público, partido político, candidato a cargo público ou ocupante de cargo público.

V – Incentivar o empreendedorismo e dedicar tempo e esforços para gerar valor para a cadeia produtiva do sistema de Franchising.

VI – Adotar práticas que impeçam a contratação de profissionais ou empresas em razão de grau de parentesco ou de relacionamento pessoal.

VII - Adotar práticas que impeçam o uso do cargo, função, posição e influência com o propósito de obter qualquer favorecimento para si ou para outrem.

VIII - Possuir políticas escritas sobre brindes, presentes e outros.

CAPÍTULO III – DA VIOLAÇÃO DAS NORMAS

Art. 9º. A violação das normas de conduta estabelecidas neste Código serão objeto de processo administrativo de apuração.

Art. 10. Comprovada a violação das normas de conduta estabelecidas neste Código por um de seus associados, a FIAF poderá:

indirectamente, cualesquier cuantías o cualquier objeto de valor, cualquier comisión, remuneración o ventaja, a cualquier agente público, partido político, candidato al puesto público u ocupante de puesto público.

V –Incentivar el emprendedorismo y dedicar tiempo y esfuerzos para generar valor para la cadena productiva del sistema de Franchising.

VI –Adoptar prácticas que impidan la contratación de profesionales o empresas en razón de grado de parentesco o de relación personal.

VII - Adoptar prácticas de impidan el uso del puesto, función, posición e influencia con el propósito de obtener cualquier favorecimiento para si o para otros.

VIII - Poseer políticas escritas acerca de brindis, regalos e otros.

CAPÍTULO III – LA VIOLACIÓN DE LAS NORMAS

Art. 9º. La violación de las normas de conducta establecidas en este Código serán objeto de proceso administrativo de averiguación.

Art. 10. Comprobada la violación de las normas de conducta establecidas en este Código por uno de sus asociados, FIAF podrá:

I – Recomendar a cessação imediata da prática e/ou determinar, no prazo improrrogável de 06 (seis) meses, a adoção de boa prática prevista neste Código;

II – Aplicar pena de advertência;

III – Aplicar pena de suspensão;

IV – Aplicar pena de exclusão.

I –Recomendar la cesación inmediata de la práctica y/o determinar, en el plazo improrrogable de 06 (seis) meses, la adopción de buena práctica prevista en este Código;

II – Aplicar penalidad de advertencia;

III – Aplicar penalidad de suspensión;

IV – Aplicar penalidad de exclusión.

CAPÍTULO IV – DA VIGÊNCIA

Art. 11. Esse Código de Condutas Éticas tem vigência por prazo indeterminado e opera seus efeitos a partir de 2017.

CAPÍTULO IV – LA VIGENCIA

Art. 11. Ese Código de Conductas Éticas tiene vigencia por plazo indeterminado y opera sus efectos a partir de 2017.

CAPÍTULO V – DA PUBLICIDADE

Art. 12. Este Código de Condutas Éticas deve ser distribuído a todos os associados da FIAF e a seus dirigentes.

Art. 13. Este Código de Condutas Éticas deve ser disponibilizado no portal da FIAF na internet.

CAPÍTULO V – LA PUBLICIDAD

Art. 12. Este Código de Conductas Éticas debe distribuirse a todos los asociados de FIAF y a sus dirigentes.

Art. 13. Este Código de Conductas Éticas debe estar dispuesto en el portal de FIAF en internet.