

# Franquicias

## elEconomista y Emprendedores

Revista mensual

13 de octubre de 2014 | N°4

México: puerta de entrada de la franquicia española en América | P8

Madrid y Berlin, principales capitales del emprendimiento | P26



**ALESSANDRA D'AGOSTINO**

RESPONSABLE DE VENTAS DE FRANQUICIAS DE SUBWAY ESPAÑA Y PORTUGAL

“Los franquiciados de Subway repiten: abren el 70 por ciento de nuestros nuevos restaurantes” | P12

**EL CONTRATO EN LA FRANQUICIA:**

**NO FIRME  
SI NO ESTÁ  
100% SEGURO**

**Conozca las obligaciones y los derechos de la red y del emprendedor | P5**



# ¿QUIERE UNIRSE A UNA FRANQUICIA? CONOZCA SUS **DERECHOS Y OBLIGACIONES**

Antes de unirse a una red de franquicias, el emprendedor tendrá que firmar con la matriz un contrato que recoja, entre otros puntos, cuáles son los derechos y las obligaciones de cada uno, las condiciones económicas de su pacto y durante cuánto tiempo es válido ese compromiso

GEMA BOIZA

EE

La relación que el sistema de franquicias establece entre la matriz de cualquier cadena y los emprendedores que se asocian a ella tiene su punto de partida en el contrato que ambas partes tienen que firmar antes de empezar a trabajar juntos. Un contrato que ha de reflejar los intereses del franquiciado y proteger los derechos de propiedad industrial e intelectual del franquiciador, con el fin de que los primeros tengan opciones reales de sacar rentabilidad a su negocio y los segundos puedan, al tiempo que expanden su red, mantener la identidad común y la reputación de su cadena.

Para ello, todo contrato de franquicia debe definir sin ambigüedad los derechos, las obligaciones y las responsabilidades tanto de la empresa dueña de la franquicia como de los franquiciados.



Puntos claves a los que según la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) se suman las condiciones económicas de la franquicia, la duración del contrato, las condiciones para su renovación y en las que se podría realizar una cesión de los derechos del contrato y derecho preferente de compra -derecho de retracto- del franquiciador.

Además, en ese contrato tendrán que figurar las condiciones del uso de los signos distintivos -marca, marca de servicios, rótulo y logo-, los derechos del franquiciador a cambiar el concepto de su franquicia, las causas de rescisión del contrato y, en caso de que esa rescisión se lleve a cabo antes del plazo previsto, las condiciones para que el franquiciador recupere todo elemento corporal o incorporeal que le pertenezca. Cláusulas en las que *elEconomista Franquicias y Emprendedores* ha buceado para analizar de cerca de la mano de diferentes despachos de abogados y consultorías especializadas en el sistema de franquicias.

Así, Esther de Félix y María Pérez Carrillo, socia y asociada, respectivamente, de Cuatrecasas Gonçalves Pereira, sostienen que con el contrato de franquicia, el franquiciado adquiere el derecho a explotar la idea de negocio del franquiciador utilizando el distintivo, la marca de los productos o servicios que se franquicien, y demás derechos de propiedad intelectual que posea el franquiciador. Eso sí, siempre con la obligación de hacerlo según las instrucciones y criterios de este último. Además, según matiza José Domínguez Leandro, de Ernst & Young y miembro del comité de expertos jurídicos de la AEF, el franquiciado

## Las condiciones económicas de la franquicia han de figurar detalladas en el contrato

tendrá derecho a utilizar el *know how* del franquiciador y para ello el segundo entregará al primero los manuales de operaciones en los que se detallan los secretos del negocio.

Asimismo, el franquiciado debe tener derecho a que el franquiciador le ayude en la elaboración y preparación de los planes de marketing para aplicar a su negocio concreto y de forma local.

Mientras, según Laura Gobernado, del Bufete Marín Abogados, entre los derechos del franquiciador figura el de tener una contraprestación económica -fundamentalmente canon de entrada y *royalties* periódicos- por todo lo detallado anteriormente, y tener garantizados los derechos de propiedad industrial de la franquicia y los elementos confidenciales de la misma.

Tanto los derechos de uno como los de otro deben plasmarse en el contrato, no sólo de forma general sino especificando cómo se traducen en la práctica para respetar así los aspectos fundamentales de la propiedad industrial e intelectual de la franquicia.

Y es que "el contrato de franquicia integra la cesión del *know how* del franquiciador y el uso de sus activos de propiedad industrial, como marcas, patentes o diseños, que resultan esenciales para fijar su posición en el mercado", sostienen De Félix y Pérez Carrillo.

En este sentido, Ramón Mares, abogado del despacho Roedl and Partners, añade que los aspectos principales de propiedad industrial e intelectual en el contrato de franquicia están relacionados con el uso de marcas, logotipos o nombres comerciales por parte del franquiciado.

En esta línea, Paz Martín, directora de Nuevas Tecnologías de Herrero &

## El franquiciado tiene una serie de obligaciones...

José Domínguez Leandro, de Ernst & Young y miembro del comité de expertos jurídicos de la Asociación Española de Franquiciadores sostiene que entre las principales obligaciones del franquiciado figuran las siguientes

- Pagar el canon de entrada establecido, que puede consistir en una cantidad inicial más un porcentaje sobre ventas y productos.

- Respetar las instrucciones en materia de precios, calidad e imagen.

- Aplicar el sistema comercial señalado por el franquiciador.

- Permitir los controles de calidad y financieros impuestos por el franquiciador.

- Usar los signos distintivos -marca,

- rótulo y logo-, el 'know how' y los derechos de propiedad intelectual e industrial cedidos por el franquiciador exclusivamente para la explotación de la franquicia.

- Respetar la confidencialidad de los datos e informaciones facilitados por el franquiciador para la firma del contrato, y los pactos de exclusividad acordados con la matriz de la red.

- No ceder a un tercero los derechos y obligaciones que resultan del acuerdo, salvo consentimiento del franquiciador.

- El franquiciado está obligado a no fabricar, adquirir, vender o revender ninguno de los bienes o servicios que compitan con alguno de los bienes o servicios objeto del contrato de franquicia.

EE

Asociados, afirma que “puesto que la franquicia implica que el franquiciador autoriza, bajo unas determinadas condiciones, al franquiciado a utilizar una marca, parte del contrato tendrá que especificar aspectos de uso de la marca y sus límites, no sólo desde el punto de vista estético o en los locales y establecimientos, sino también el margen de maniobra que tendrá el franquiciado para explotar dicha marca, por ejemplo, desarrollando promociones propias, abriendo perfiles en redes sociales o incluso creando materiales y contenidos nuevos”.

Asimismo, sostiene Martín, “debe dejarse muy claro que cuando termina la relación de franquicia cesa la licencia de marca y el franquiciado no podrá utilizar ni la marca ni ningún tipo de material promocional”. Por eso, desde el punto de vista de la propiedad intelectual, el contrato debe dejar muy claro a quién pertenecen los materiales y contenidos utilizados, especialmente cuando están acompañados de la marca que siempre será del franquiciador.

Otro de los aspectos que los expertos consultados consideran que ha de figurar en el contrato de franquicia es la razón o razones por las que dicho contrato pueda quedar rescindido antes de tiempo. “Lo recomendable es que se definan las causas de resolución contractual, tanto en los casos en los que dicha resolución se produzca de mutuo acuerdo, como de forma unilateral por una de las partes, ante el incumplimiento de la otra de las obligaciones que le corresponden”, analizan **Mónica Muñoz y Jacobo López-Aranguren, abogados de Ceca Magán**. Entre las causas de rescisión del contrato, José Domínguez, identifica el incumplimiento por parte del franquiciado de su obligación de confidencialidad, si este comete un delito o acto que pueda afectar a la marca o a la propiedad intelectual de la franquicia; si lleva una contabilidad falsa; si



El contrato debe incluir por qué causas podrá rescindirse antes del plazo pactado. EE

## 20

### Ése es el número de días que tiene el franquiciado para analizar el contrato antes de firmarlo

hay un retraso por parte del franquiciado en el pago al franquiciador de las prestaciones económicas previstas en el contrato; o si se produce la cesión inconsentida del contrato de franquicia o algún cambio de control o participación en el franquiciado sin autorización del franquiciador.

Todos estos puntos, que tendrán que figurar en el contrato, podrán ser estudiados por el franquiciado durante al menos 20 días antes de firmarlo. Ese es el plazo mínimo con el que el franquiciador ha de entregar el contrato de franquicia a su futuro franquiciado para que éste lo estudie, según recuerda Santiago Barbadillo, director general de Barbadillo Asociados.

## ... y de derechos que la franquicia debe respetar

■ La matriz deberá poner a disposición del franquiciado toda la información y requisitos que debe cumplir el local o lugar de establecimiento del negocio. Además, deberá inspeccionar el local o lugar y comprobar que reúne los requisitos necesarios para la franquicia.

■ El franquiciador deberá poner a disposición del franquiciado tanto el

diseño de la decoración interior y exterior del local como la relación de los suministradores de mobiliario, equipos, rótulos, decoración, arquitectura, descripción de artículos...

■ La matriz deberá proporcionar al franquiciado los elementos necesarios para instalar, poner en marcha y gestionar el negocio.

■ El franquiciador deberá asesorar y ayudar al franquiciado en el desarrollo de un programa local de publicidad y promoción de apertura del negocio. Además, tanto durante los días previos como durante las jornadas posteriores a la apertura de la franquicia tendrá que destinar personal especializado para ayudar a poner en marcha el negocio franquiciado.

■ El dueño de la franquicia deberá facilitar al franquiciado el asesoramiento y el apoyo técnico necesario, teniendo siempre abierta una línea directa con él que le sirva de apoyo constante para el desarrollo del negocio y pueda resolver así los posibles problemas que puedan existir o surgir al franquiciado en el desarrollo de la actividad diaria de su franquicia.