

Grado en: Derecho
Facultad de Derecho
Universidad de La Laguna
Curso: 2017/2018
Convocatoria: Julio

**LAS DIFICULTADES POR LAS QUE ATRAVIESA EL
FRANQUICIADO EN UN CONTRATO DE FRANQUICIA.**

THE DIFFICULTIES EXPERIENCED BY THE FRANCHISEE IN A
FRANCHISE CONTRACT.

Realizado por el alumno/a **Xiomara Ravelo de Armas**

Tutorizado por el Profesor/a D. **Juan Antonio García García**

Departamento: Área de Derecho Civil

Área de conocimiento: Derecho Civi

ABSTRACT

The objective of this document is to analyze the disadvantages faced by the franchisee in the negotiation of a franchise contract.

It is well known that on many occasions the franchisee's negotiating capacity is diminished. This capacity is at least "debatable", because of the power held by large franchising companies with consolidated brands.

That is why, throughout this document we will focus, above all, on knowing and understanding the dynamics of the pre-contractual negotiation carried out by the franchisor with the franchisee, going into depth about the general conditions of contracting, analyzing when the clauses to which the franchisee is submitted can be qualified as abusive. And, although, much of the fruit of the internal process of development of the franchise contract arises from the unilateral decision of the franchisor, it is necessary to determine what part of the content of the contract can be negotiable and what is not.

RESUMEN (entre 150 y 350 palabras)

El presente trabajo tiene como objetivo, el análisis de los inconvenientes a los que se enfrenta el franquiciado en la negociación de un contrato de franquicia.

Es bien sabido, que en muchas ocasiones la capacidad de negociación del franquiciado se ve mermada. Esta capacidad es como mínimo "discutible", por el poder que ostentan las grandes empresas franquiciadoras con marcas consolidadas.

Es por ello por lo que, a lo largo de este trabajo nos centraremos, sobre todo, en conocer y entender la dinámica de la negociación precontractual que lleva a cabo el franquiciador con el franquiciado, entrando a profundizar sobre las condiciones generales de la contratación, analizando cuando las cláusulas a las que se somete el franquiciado pueden ser calificadas como abusivas. Y, aunque, gran parte del fruto del proceso interno de desarrollo del contrato de franquicia surge de la decisión unilateral del franquiciador, es necesario determinar qué parte del contenido del contrato puede ser negociable y cual no.



Universidad
de La Laguna

Facultad de Derecho



ÍNDICE

I. Introducción.....	5
II. El contrato de franquicia.....	6
1. Concepto y caracteres.....	6
2. Normativa aplicable a estos contratos.....	8
3. Proyectos de ley en los últimos tiempos.....	10
III. Las fases del contrato de franquicia.....	12
1. Fase de formación o preparación del contrato.....	12
1.1 La obligación de información.....	13
1.2 La obligación de registro.....	16
1.3 La responsabilidad precontractual.....	17
2. Contenido del contrato.....	19
2.1 La no incorporación de cláusulas abusivas.....	21
3. La extinción del contrato.....	23
3.1 Consecuencias jurídicas de esta extinción.....	25
IV. Relación franquiciador-franquiciado.....	26
1. Derechos y obligaciones del franquiciador.....	27
2. Derechos y obligaciones del franquiciado.....	30
V. La existencia de un abuso o posición dominante en el contrato de franquicia.....	33
VI. Conclusiones.....	36
Bibliografía.....	38

I. INTRODUCCIÓN.

Debido a la máxima expansión que ha alcanzado en la actualidad el contrato de franquicia, tratándose además de un fenómeno en continuo aumento, será de interés prevenir determinadas situaciones conflictuales, a expensas de la determinación de los límites a la libertad negocial entre los contratantes.

A través del presente trabajo se pretende poner de manifiesto las dificultades por las que atraviesa el franquiciado, precisamente, durante la fase negocial, extremo éste que, paradójicamente, carece de un tratamiento legislativo adecuado en nuestro ordenamiento jurídico, pues éste deja al contrato de franquicia en un absoluto estado de atipicidad¹.

Por ello, a consecuencia de lo anteriormente dicho, será la voluntad de las partes, frecuentemente mediatizada por una de ellas, al tratarse de una contratación sometida a condiciones generales, lo que suscita en muchos casos una serie de abusos por quien redacta unilateralmente las condiciones del contrato, es decir, por el franquiciador. Todo esto supone, sin lugar a dudas, un beneficio al franquiciador en detrimento del franquiciado. Asimismo, debemos señalar que, pese a que el franquiciado preste su consentimiento de causa para llevar a cabo el negocio de franquicia, no significa que esté conforme con todas las cláusulas que integran el contrato.

¹ Para un estudio más profundo del contenido normativo del contrato de franquicia puede consultarse CATALINA RUIZ-RICO RUIZ, “El contrato de franquicia y sus límites jurídicos: problemática actual”, Valencia, 2008, pp. 95 y ss.

II. EL CONTRATO DE FRANQUICIA.

Para poder desarrollar este trabajo debemos comenzar por centrar las bases conceptuales que nos permitan alcanzar los objetivos del presente estudio. Es por ello, por lo que en este epígrafe se presenta una aproximación del sistema de franquicia a nivel teórico y jurídico.

1. Concepto y caracteres.

El contrato de franquicia que es el elemento clave que va a regular las relaciones franquiciador y franquiciado, puede ser entendido, a los efectos del artículo 62 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (en lo sucesivo, LOCM), como “la actividad comercial que se lleva a cabo en virtud de un acuerdo o contrato por el que una empresa, denominada franquiciadora, cede a otra, denominada franquiciada, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios”. Se trata de un concepto amplio en el que, el franquiciador cede al franquiciado el derecho a explotar un sistema de comercialización propio.

La siguiente normativa a considerar para efectuar un concepto mucho más completo de contrato de franquicia, es el Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores (en adelante, RD 201/2010). En concreto, su artículo 2 se centra en la descripción detallada de una serie de actividades empresariales que tienden a confundirse con la actividad de franquicia. Asimismo, en la redacción del citado artículo se describe los rasgos que caracterizan a este contrato.

De todo lo anterior se deducen los elementos esenciales del contrato de franquicia. Y por ello, pese a que estos contratos se encuentran integrados en la categoría de contratos atípicos al carecer de regulación específica acerca de su contenido obligacional, han sido reconocidos y definidos expresamente por nuestro ordenamiento jurídico², por lo que podemos entender al contrato de franquicia como un contrato de distribución comercial, atípico, mixto, bilateral y sinalagmático, en el que el concedente (franquiciador) y las empresas que integran la red franquiciada cooperan para poner a disposición del concesionario o franquiciado un método empresarial propio completo a través de la transmisión de sus elementos distintivos, como son las marcas, rótulos y enseñas, un saber hacer (know-how), suministros y asistencia técnica, como pueden ser la formación profesional, asesorías varias, diseño publicitario, etc. Además, el franquiciador tendrá una labor de control muy activa sobre el desarrollo de las prestaciones que ofrece el público al franquiciado.

2. Normativa aplicable a estos contratos.

En la actualidad, la legislación española no posee un régimen jurídico específico relativo al contrato de franquicia, es decir, aunque esta figura no es desconocida por los ordenamientos y a pesar de ser globalmente considerada, carece de una regulación jurídica, por lo que es importante conocer las distintas leyes y normas no propias que son de aplicación a este sistema comercial.

² Para una aproximación al concepto de contrato de franquicia puede consultarse MARÍA CRUZ MAYORGA TOLEDANO, “El contrato mercantil de franquicia”, Granada, 2007, págs. 2 y ss.

- Normativa interna.

En Relación al derecho interno, el reconocimiento de una protección de las partes (y exclusivamente para la fase precontractual), es decir, la regulación básica de estos contratos está comprendida en la Ley 7/1996, de Ordenación del comercio Minorista, en concreto en el Capítulo VI del Título III, que regula la actividad comercial en régimen de franquicia, además de, en el Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores, y por último, en las legislaciones de las Comunidades Autónoma sobre el comercio minorista.

Aunque llegados a este a punto, debemos volver a señalar que estamos ante un contrato calificado, por un sector mayoritario de la doctrina, como atípico, además de que presenta una doble vertiente civil-mercantil, por lo que debemos conocer que la normativa expuesta en líneas anteriores no es toda la que regula estos contratos, ya que necesariamente se deberá incluir cualquier normativa que resulte necesaria por razón de la materia. Para ejemplificar este matiz, podemos señalar alguna normativa que sirve a tal fin, tanto, aquellas normas generales de contratación que se encuentran contenidas en el Código Civil, las que pertenezcan a figuras afines y sean análogamente aplicables (Compraventa, arrendamiento), aquellas leyes que traten sobre patentes, marcas, propiedad intelectual, así como el conjunto normativo relativo a la defensa de la competencia, protección de datos, y leyes de carácter fiscal. Para concluir, también resulta necesario destacar el principio de autonomía de la voluntad privada como concepto que ampara la figura de franquicia, por lo que, para aquellas cláusulas del contrato fruto del acuerdo entre las partes, será de aplicación el art 1091 del Código civil

(en adelante, Cc), teniendo en cuenta el art 1255 del Cc, es decir, se exigirá que los pactos, cláusulas y condiciones establecidos en el contrato no sean contrarias a las leyes, a la moral y al orden público³.

- Normativa europea.

Resulta conveniente comenzar exponiendo que, aunque el origen de la normativa comunitaria en materia de franquicia vino dada por la interpretación del Reglamento (CE) núm. 4087/88, de la Comisión, relativo a la aplicación del apartado tercero del artículo 85 del tratado a determinadas categorías de acuerdos de franquicia, este ha resultado derogado por el Reglamento único de exención n.º.2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

No obstante, aunque el segundo ha venido derogando al primero, no se puede pasar por alto que el primero es mucho más interesante que su sucesor, al haber delimitado el concepto de franquicia y, además, por haber sido un reglamento que inspiró a gran parte de las regulaciones nacionales y códigos de conductas posteriores⁴.

3. Proyectos de regulación en los últimos tiempos.

- Propuesta y Anteproyecto del código mercantil.

³ VICENT CHULIÁ, F., “Introducción al derecho mercantil” VOL II, 23ª ED., Tirant lo Blanch, Valencia, 2012.

⁴ Vid. OLMO GASCÓN, ANA M., “La franquicia: un procedimiento de descentralización productiva desregulado laboralmente”, Tirant to Blanch, 2003, pp.52 y ss.

Con el objetivo de aunar en un único texto toda la legislación en materia mercantil, en el año 2013 la sección de Derecho Mercantil de la Comisión General de Codificación presentó una propuesta de Código Mercantil. Esta propuesta contenía una serie de materias que hasta la fecha carecían de regulación, como es el contrato de distribución, definiendo en su artículo 543 la noción del mismo y sus distintas modalidades, entre las que incluía el contrato de franquicia. Esta indagación nos conduce necesariamente a adentrarnos a valorar lo definido por la propuesta en su artículo 543, en el que se pretende regular la noción de distribución y sus distintas modalidades, entre las que se incluye el contrato de franquicia.

Sin embargo, esta propuesta fue sustituida en mayo de 2014 por el Anteproyecto de Código mercantil para iniciar su tramitación parlamentaria, en el que se procedió a suprimir del texto el capítulo referido a los contratos de distribución en su totalidad⁵. Con ello, de este modo, la regulación de estos contratos y, en concreto, los contratos de franquicia, dejan de estar previstos en el Anteproyecto de Código mercantil.

No obstante, no debería tratarse de una cuestión indemorable, teniendo en cuenta, tan solo, como único marco del contrato de franquicia, la autonomía de las partes y las reglas generales sobre las obligaciones y contratos. Un contrato como lo es el de franquicia, que se encuentra en continua expansión, exige un texto legal propio que lo regule.

⁵ PÉREZ-SERRABONA GONZÁLEZ, FRANCISCO JAVIER. Franquicia y contratos de distribución en el Anteproyecto de Código Mercantil. En: Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz, Getafe : Universidad Carlos III de Madrid, 2015, pp. 1667-1686.

- Proyecto de ley de contratos de distribución.

En el plazo de seis meses, el Gobierno asumió el compromiso de aprobar y remitir a las Cortes Generales, a través de la Disposición Final Cuarta de la Ley 7/2011, de 11 de abril, un Proyecto de Ley de Contratos de Distribución Comercial. Con el objeto de dar firmeza a dicho compromiso, el 29 de junio se publicó en el Boletín Oficial de las Cortes Generales del Congreso de los Diputados el Proyecto de Ley de Contratos de Distribución (en adelante, "LCD").

Pese a esta iniciativa, el Proyecto de ley, sólo se limita a establecer una serie de reglas sobre cuestiones que, de según el mismo, "la experiencia señalan que terminan constituyéndose en fuente de conflictos", partiendo, asimismo, de la libertad de las partes para contratar y establecer libremente su relación.

Adquiere especial interés los contratos de franquicia, estableciéndose la obligación de que todos los franquiciadores que pretendan desarrollar en territorio español esta actividad, en un plazo mínimo de 20 días a la firma del contrato o precontrato, deberán poner a disposición del futuro franquiciado toda la información necesaria para que puedan decidir libremente sobre si llevar a cabo dicha actividad o no.

Sin embargo, el Proyecto no va más allá de lo citado con antelación, el cual deja para un futuro reglamento la regulación de las demás condiciones básicas de esta actividad.

III. LAS FASES DEL CONTRATO DE FRANQUICIA.

Concluido el marco conceptual y jurídico, se debe proceder a analizar las principales circunstancias y características dentro de las distintas fases de la vida del contrato de franquicia.

1. Fase de formación o preparación del contrato.

Comenzaremos adentrándonos en analizar el denominado período preparatorio del contrato de franquicia, cuya finalidad, no es otra que, abordar las negociaciones previas a la suscripción del contrato.

Resulta necesario comenzar aclarando que, esta fase precontractual adquiere una relevancia especial por el interés que se advierte en el legislador, al haber centrado la mayor parte de las normas relativas a esta figura contractual en los diversos aspectos de la etapa previa a la celebración del contrato. Aunque gran parte de lo que será el contenido del contrato surgirá de la decisión unilateral del franquiciador, para una gran parte de la doctrina, la finalidad del legislador con todo esto es equilibrar las relaciones entre franquiciador y franquiciado, pretendiendo proteger a la “parte débil del contrato”, es decir, al franquiciado. Para ello, las partes deberán manejar la información suficiente para ser conscientes de todas las cuestiones que puedan llegar a tener injerencia en su relación laboral.

1.1 La obligación de información.

Antes de que las partes emitan su voluntad contractual, el artículo 62.3 LOCM⁶ y el artículo 3 RD 201/2010⁷, diseñan un régimen jurídico

⁶ ART.62.3 LOCM: “ *Asimismo, con una antelación mínima de veinte días a la firma de cualquier contrato o precontrato de franquicia o entrega por parte del futuro franquiciado al franquiciador de cualquier pago, el franquiciador deberá haber entregado al futuro franquiciado por escrito la información necesaria para que pueda decidir libremente y con conocimiento de causa su incorporación a la red de franquicia y, en especial, los datos principales de identificación del franquiciador, descripción del sector de actividad del negocio objeto de franquicia, contenido y características de la franquicia y de su explotación, estructura y extensión de la red y elementos esenciales del acuerdo de franquicia. Reglamentariamente se establecerán las demás condiciones básicas para la actividad de cesión de franquicias*”.

⁷ ART.3 RD 201/2010“*Con una antelación mínima de veinte días hábiles a la firma del contrato o precontrato de franquicia o a la entrega por parte del futuro franquiciado al franquiciador de cualquier pago, el franquiciador o franquiciado principal deberá dar por escrito al potencial franquiciado la siguiente información veraz y no engañosa:*

a) Datos de identificación del franquiciador: nombre o razón social, domicilio y datos de inscripción en el registro de franquiciadores, así como, cuando se trate de una compañía mercantil, capital social recogido en el último balance, con expresión de si se halla totalmente desembolsado o en qué proporción y datos de inscripción en el Registro Mercantil, cuando proceda. Cuando se trate de franquiciadores extranjeros, además, los datos de inscripción en los registros de franquiciadores a que vengan obligados, de acuerdo con las leyes de su país o Estado de origen. De tratarse de franquiciado principal se incluirán, además, las circunstancias anteriores respecto de su propio franquiciador.

b) Acreditación de tener concedido para España, y en vigor, el título de propiedad o licencia de uso de la marca y signos distintivos de la entidad franquiciadora, y de los eventuales recursos judiciales interpuestos que puedan afectar a la titularidad o al uso de la marca, si los hubiere, con expresión, en todo caso, de la duración de la licencia.

sobre el deber de información precontractual en las redes de franquicia, el cual debe presidir las actuaciones del franquiciador y franquiciado. En este sentido, establecen una obligación que se le impondrá a los franquiciadores para que, con una antelación de veinte días a la firma del precontrato o a la consignación de cualquier pago por parte del futuro franquiciado, entreguen a los potenciales interesados una determinada información por escrito, que deberá ser veraz y no engañosa, sobre sus principales datos de identificación, la descripción del sector, el contenido y características de la franquicia, su estructura y la extensión de la red, así como los elementos esenciales del contrato. La finalidad de esta información se encuentra dirigida a que, el franquiciado pueda tener un mayor conocimiento para valorar y decidir si le conviene incorporarse a su red de franquicias.

c) Descripción general del sector de actividad objeto del negocio de franquicia, que abarcará los datos más importantes de aquél. d) Experiencia de la empresa franquiciadora, que incluirá, entre otros datos, la fecha de creación de la empresa, las principales etapas de su evolución y el desarrollo de la red franquiciada.

e) Contenido y características de la franquicia y de su explotación, que comprenderá una explicación general del sistema del negocio objeto de la franquicia, las características del saber hacer y de la asistencia comercial o técnica permanente que el franquiciador suministrará a sus franquiciados, así como una estimación de las inversiones y gastos necesarios para la puesta en marcha de un negocio tipo. En el caso de que el franquiciador haga entrega al potencial franquiciado individual de previsiones de cifras de ventas o resultados de explotación del negocio, éstas deberán estar basadas en experiencias o estudios, que estén suficientemente fundamentados.

g) Elementos esenciales del acuerdo de franquicia, que recogerá los derechos y obligaciones de las respectivas partes, duración del contrato, condiciones de resolución y, en su caso, de renovación del mismo, contraprestaciones económicas, pactos de exclusivas, y limitaciones a la libre disponibilidad del franquiciado del negocio objeto de franquicia”.

Continuando con el análisis referente a la información, no debemos olvidar que el art 4 del RD 201/2010⁸ establece el deber de confidencialidad del franquiciado. En este precepto está dirigido a exigir que, el potencial franquiciado guarde secreto sobre toda información precontractual que reciba o vaya a recibir. La existencia de este deber se fundamenta en el principio de buena fe, principio que debe imperar en toda negociación y que, si es infringido derivará en una responsabilidad por los daños y perjuicios causados, quedando obligado el franquiciado a resarcirlos. Por tanto, el incumplimiento de dicho deber de confidencialidad puede además ser considerado un acto de competencia desleal por violación de secretos. Ahora bien, pongámonos en el supuesto de que las negociaciones concluyan con la celebración eficaz del contrato, la reclamación por el incumplimiento del deber de secreto se llevará a cabo por lo establecido en normas que regulan el incumplimiento contractual. Sin embargo, puede ocurrir el supuesto contrario, es decir, que las negociaciones no terminen con la formación del contrato y, por tanto, habrá que encontrar un fundamento indemnizatorio a dicho comportamiento⁹.

⁸ ART.4 RD 201/2010: “El franquiciador podrá exigir al potencial franquiciado un deber de confidencialidad de toda la información precontractual que reciba o vaya a recibir del franquiciador”.

⁹ HERNANDO GIMÉNEZ, A., El contrato de franquicia de empresa, Madrid, 2000, pp. 104 y ss.

1.2 La obligación de registro.

También ha sido objeto de regulación del artículo 62.2 LOCM¹⁰, la obligación de inscribirse en el Registro de franquiciadores. Esta obligación que se impone a los franquiciadores que desarrollan su actividad en España, fundamenta su razón de ser en la existencia del denominado Registro de franquiciadores, no es otra que “la conveniencia de disponer de un censo actualizado de las franquicias, cuyo sector comercial está experimentando un fuerte desarrollo en España”, tal y como se establece expresamente en la Exposición de Motivos del RD 201/2010.

Sin embargo, en la actualidad, esta obligación experimentó un gran cambio, pues la Secretaría de Estado de Comercio tomó la decisión de suspender la actividad del Registro de Franquiciadores. Por tanto, la primera consecuencia que se deriva de esta suspensión es que, las empresas que quieran abrir franquicias ya no tendrán la obligación de acudir al Registro de franquiciadores para inscribirla. Igualmente, las que ya estaban previamente registradas, quedan liberadas de tener que actualizar la información aportada. No obstante, se trata de una situación temporal, tal y como especifica la Asociación Española de Franquiciadores¹¹.

¹⁰ART.62.2 LOCM: “Las personas físicas o jurídicas que pretendan desarrollar en territorio español la actividad de franquiciadores a que se refiere el apartado anterior, deberán comunicar el inicio de su actividad en el plazo de tres meses desde su inicio al Registro de Franquiciadores, que recogerá los datos que reglamentariamente se establezcan (...)”

¹¹Secretaría de Estado de Comercio, Comercio Interior, 21 junio 2018 “<http://www.comercio.gob.es>”

1.3 La responsabilidad precontractual.

En este apartado nos centraremos en analizar la responsabilidad precontractual como respuesta jurídica al incumplimiento del deber de información precontractual. Con todo ello nos referimos tanto al incumplimiento del deber de información, como a no proporcionar alguno de los datos exigidos. No obstante, hay que indicar que una simple ruptura de la negociación no producirá responsabilidad ninguna, sin embargo, si se advierte que los tratos preliminares son contrarios a la buena fe, se le aplicará las consecuencias jurídicas derivadas de esta infracción. En todo caso, la responsabilidad precontractual deducida del artículo 1902 Cc, obliga a reparar el daño causado¹².

Difícilmente, si el contrato de franquicia no se perfecciona, el incumplimiento del deber de información precontractual podrá producir efectos jurídicos, aunque podrá desencadenar una eventual responsabilidad del franquiciado por culpa in contrahendo. Por otro lado, si llega a celebrarse el contrato, podrá conllevar su anulabilidad por vicio del consentimiento, además de un deber parejo de resarcimiento de los daños concretos que hayan sido producidos¹³.

Una de las posibles sanciones que se impondrán por la omisión de la información precontractual exigida legislativamente, es la posible invalidez del negocio. Aunque esto supone una solución insatisfactoria para el

¹² Vid., FERNÁNDEZ ARÉVALO, A., “Indemnización por ruptura injustificada de tratos preliminares: responsabilidad ex artículo 1902 del Código civil”, págs. 288 y ss.

¹³ MAYORGA TOLEDANO, M.C., “El contrato mercantil de franquicia”, Granada, 2007, pp.91 y ss.

franquiciado, pues no solo tendrá que soportar la falta de información acerca de las circunstancias claves del contrato, sino que además se verá obligado de algún modo a no reclamar por incumplimiento para evitar la nulidad del negocio¹⁴

Los tribunales españoles han tenido la oportunidad de pronunciarse sobre este tema, inadmitiendo la petición del franquiciado para que se proceda a la nulidad del contrato. Han procedido a resolver una solicitud de nulidad del contrato de franquicia con fundamento en los artículos 1261 del Código Civil, es decir, por vicios en el consentimiento, como consecuencia del incumplimiento por el franquiciador del deber de información precontractual. Consiguientemente y, como consecuencia de la solicitud de nulidad del contrato, el franquiciado procedió, conforme a los artículos 1124 y concordantes del Código Civil, a instar la acción de resolución del contrato, alegando el incumplimiento por el franquiciador de las obligaciones a su cargo. Sin embargo, el tribunal manifestó que la información suministrada por el franquiciador carece de la relevancia suficiente para provocar la nulidad pretendida, pese a incumplir las normas legales de tratos preliminares, es por ello, por lo que desestimó la pretensión del franquiciado.¹⁵

Por otro lado, tal afirmación fue ratificada por la sentencia del Tribunal Supremo del 27 de febrero de 2012, al asegurar que en ningún caso

¹⁴ Vid., RUIZ-RICO RUIZ, C. “El contrato de franquicia y sus límites jurídicos; problemática actual”, Valencia, 2008, pp. 110 y ss.

¹⁵ Una de las sentencias más significativas que se ha pronunciado sobre esta materia, ha sido la de la Audiencia Provincial de Barcelona, Sección 13ª, de 21 de septiembre de 2004.

un contrato de franquicia podría ser nulo por la infracción de la obligación de información. El hecho de que esta obligación sea regulada como requisito específico para tales contratos, tan sólo facilita al franquiciado el ejercicio de acciones judiciales, en los casos de que la información fuese falsa o incorrecta, siempre y cuando se pueda demostrar.

Tras lo expuesto y conforme a lo establecido en la sentencia 62/2012 de 27 de febrero del Tribunal Supremo y de la sentencia 300/2010 de 17 de septiembre de la Audiencia Provincial de Asturias, podemos traer a colación que, únicamente se aconseja al franquiciador cumplir con la obligación de facilitar toda la información al franquiciado en el plazo de veinte días que exige la ley.

2. Contenido del contrato.

Pese a la atipicidad del contenido esencial del contrato de franquicia, éste recoge tantas obligaciones como cualquier otro contrato que no reviste ese carácter atípico. Las prestaciones objeto de la franquicia, consiste en dar, hacer, y no hacer con la finalidad de que el franquiciado pueda poner en práctica el modelo de empresa transmitido por el franquiciador.

Ahora bien, dada la falta de una regulación específica relativa a las relaciones internas en el contrato de franquicia, el principio de libertad de pacto (según lo dispuesto en los artículos 1091 y 1255 CC) juega un papel importante al respecto, al recaer la labor de establecer el contenido mínimo del contrato en las partes, siempre y cuando respeten el cumplimiento de

tales términos en base a las normas generales de la contratación y a aquellas específicas que sean de aplicación.

No obstante, el acuerdo final que obtengan las partes deberá tener un contenido mínimo, pues deberán responder, en todo caso y en relación con las condiciones generales de la contratación, a las cuestiones y requisitos que enumeraremos a continuación, de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 2485/1998, pues su propio artículo primero manifiesta que el objeto de este será “establecer las condiciones básicas para desarrollar la actividad de cesión de franquicias”:

- Para comenzar se deberá proceder a la identificación de las partes, como franquiciador y franquiciado, así como una explicación de su independencia jurídica y económica

- Detalle de los aspectos característicos del contrato, que configuren el objeto de la relación.

- Una Manifestación de las partes en que muestre tanto la voluntad del franquiciado en adherirse a la red de franquicia, como la aceptación del franquiciador a dicha adhesión.

- Un conjunto de derechos y obligaciones otorgados a las partes, donde se incluirán todos los aspectos de la relación.

- La duración del contrato así como la previsión de posibles prorrogas, respecto a la misma algunos autores señalan que, como norma

general, la misma oscila entre cinco y diez años, con o sin posibilidad de prórroga, aunque resulta usual que esta se venga estableciendo en aquellos contratos que duren menos de diez años. No obstante, también es posible se pacte la franquicia indefinidamente en el tiempo, aunque se prevé el derecho a la denuncia unilateral del contrato por las partes.

- Fijar las oportunas cláusulas de rescisión o extinción del contrato.

- Establecer una cláusula en caso de conflicto, por la cual las partes señalan si para la resolución de dicho contrato se remitirán a un mediador, o directamente a los Juzgados o Tribunales¹⁶.

2.1 La no incorporación de cláusulas abusivas.

Paradójicamente, la no incorporación de cláusulas abusivas a un contrato de franquicia podría suponer la ineficacia total de este contrato, pues, en algunas ocasiones, sucede que el negocio no podría subsistir sin este tipo de cláusulas. De manera que, una excesiva protección hacia el franquiciado puede conllevar el riesgo de que la relación contractual se extinga en su perjuicio. En este punto volvemos advertir la existencia de un desequilibrio en la relación entre franquiciador y franquiciado, pues el franquiciado como parte débil del contrato deberá valorar si se adhiere a las cláusulas impuestas por el franquiciador, aunque le pueda colocar en una situación realmente complicada, o continuar con la celebración del contrato

¹⁶Consulta expertos franquicia. “<http://www.consultafranquicias.es>”. 1 de Julio 2018.

porque adherirse a la red de franquicias le proporcionará un mayor beneficio.

Sin embargo, la normativa reguladora de este tipo de contratos contribuye en que esta no incorporación sea eficaz. Aunque ello puede considerarse algo positivo, al entender que hay aceptación de las condiciones generales si el franquiciador ha informado al adherente y ha sido firmado por todos los contratantes, tal y como establece el artículo 5.1 de la Ley sobre condiciones generales de la contratación¹⁷. Finalmente, debemos indicar que, pese a que una cláusula puede estar predispuesta e incorporada a una pluralidad de contratos exclusivamente por una de las partes, no tiene por qué ser abusiva.

A pesar de esta argumentación, en la sentencia 00444/2007 de la Audiencia Provincial de Madrid Sección 10, se declararon nulas las cláusulas contenidas en los párrafos sexto y séptimo del artículo tercero de un contrato de franquicia, al responder a los supuestos contemplados en el artículo 10 bis y Disposición Adicional Primera de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios¹⁸.

¹⁷ RUIZ-RICO RUIZ, C. “El contrato de franquicia y sus límites jurídicos; problemática actual”, pp. 211 y ss.

¹⁸ ARTÍCULO 10 BIS DE LA LEY GENERAL PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS ESTABLECE: *"Se considerarán cláusulas abusivas todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que en contra de las exigencias de la buena fe causen, en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante de los derechos y obligaciones de las partes que se*

3. La extinción del contrato.

Como es sabido, uno de los temas que más conflictos suscita entorno a los contratos, es el relativo a su extinción, pues requiere especial atención al suponer una nueva situación para las partes.

deriven del contrato. En todo caso se considerarán cláusulas abusivas los supuestos de estipulaciones que se relacionan en la disposición adicional primera de la presente Ley.

El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se hayan negociado individualmente no excluirá la aplicación de este artículo al resto del contrato.

El profesional que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente, asumirá la carga de la prueba.

El carácter abusivo de una cláusula se apreciará teniendo en cuenta la naturaleza de los bienes o servicios objeto del contrato y considera todas las circunstancias concurrentes en el momento de su celebración, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que éste dependa".

LA DISPOSICIÓN ADICIONAL PRIMERA: "4. La supeditación a una condición cuya realización dependa únicamente de la voluntad del profesional para el cumplimiento de las prestaciones, cuando al consumidor se le haya exigido

un compromiso firme. La limitación o exclusión de forma inadecuada de la facultad del consumidor de resolver el contrato por incumplimiento del profesional.

La retención de cantidades abonadas por el consumidor por renuncia, sin contemplar la indemnización por una cantidad equivalente si renuncia el profesional.

La autorización al profesional para rescindir el contrato discrecionalmente, si al consumidor no se le reconoce la misma facultad, o la posibilidad de que aquél se quede con las cantidades abonadas en concepto de prestaciones aún no efectuadas cuando sea él mismo quien rescinda el contrato".

Ahora bien, si nos adentramos, concretamente, en lo respecto a los contratos de franquicia, la franquicia quedará extinguida por las causas generales de extinción de los contratos, como pueden ser: la finalización del tiempo pactado, el disenso mutuo o la resolución derivada del incumplimiento contractual.

No obstante, en este epígrafe, nos centraremos en cada uno de los motivos que dan lugar a la extinción del contrato, los cuales, entendemos que entran dentro del campo de aplicación de la acción resolutoria prevista en el artículo 1.124 Cc.

Como hemos mencionado en líneas anteriores, los motivos que ponen fin al contrato son la finalización del tiempo pactado, el disenso mutuo o la resolución derivada del incumplimiento contractual, motivos que podremos agrupar en dos grupos, de un lado recoge las causas de extinción que para su operatividad dependen más directamente de la voluntad de una de las partes, y de otro lado, se compone de aquellas causas basadas en el acaecimiento de circunstancias objetivas que general, en la mayoría de ocasiones, el inicio de forma automática de la extinción del contrato.¹⁹

El carácter obligatorio de los contratos hace que las partes deban cumplir expresamente lo pactado conforme a los criterios de la buena fe. Ahora bien, si no lo llevaran a cabo desembocando con ello un incumplimiento grave y esencial de las obligaciones adoptadas, por cualquiera de ambas partes, faculta a la contraria, que sí que ha cumplido

¹⁹ Para un mayor conocimiento relativo a las causas y consecuencias de la extinción del contrato de franquicia acudir, MAYORGA TOLEDANO. M, “El contrato mercantil de franquicia”, pág. 194 Ss.

con las suyas, a la resolución del contrato, en virtud de art 1124 del Código Civil, con la simple notificación en la que conste la voluntad y la causa extintiva, sin necesidad de atender a ningún tipo de plazo de preaviso, considerándose el contrato extinguido por la recepción de la parte denunciada de dicha notificación.

3.1 Consecuencias jurídicas de esta extinción.

La última de las cuestiones que será necesaria abordar es la relativa a las consecuencias jurídicas derivadas de la extinción del contrato, pues surge para franquiciador y franquiciado un deber especial de conducta tendente a liquidar todas las relaciones que quedan pendientes tras el fin del contrato. El franquiciado ante el cese de la actividad comercial, tiene que llevar a cabo dos obligaciones, de un lado no incumplir con el pacto de no competencia postcontractual y de otro, reintegrar de forma diligente al franquiciador los bienes que le fueron cedidos temporalmente para su uso en la actividad comercial²⁰, en caso contrario, si no cumple con estos deberes, los hechos podrán ser calificados como actos de competencia desleal, en concreto de imitación, confusión y revelación de secretos.

A raíz de esta ruptura contractual, puede surgir la obligación de indemnizar o compensar económicamente, siendo indiferente si tal ruptura se derivó de una circunstancia que produjo esta terminación de la relación contractual, o por las condiciones intrínsecas del contrato. En relación con esta obligación de indemnizar o compensar se han reconocido dos tipos:

²⁰ Vid. MAYORGA TOLEDANO. M, “El contrato mercantil de franquicia”, pág. 194 Ss.

- De un lado, la indemnización ordinaria o clásica por la extinción del contrato, la cual está relacionada con la culpa o negligencia de uno de los contratantes.

- Y de otro, la conocida como la indemnización por clientela. Esta que ha sido un de las cuestiones que más atención ha recibido de la doctrina, se origina por un defecto de la estructura o característica intrínseca del contrato.

IV. RELACIÓN FRANQUICIADOR- FRANQUICIADO.

Pese a la atipicidad del contenido esencial del contrato de franquicia, se trata de un contrato marco en el que se incluye una disparidad de deberes consistentes en prestaciones de dar, hacer y no hacer, cuyo objetivo no es otro que el de poner en práctica el modelo de empresa transmitido por el franquiciado.

Es por ello, por lo que a pesar de la ausencia de una normativa que trate de conferir mayores garantías y seguridad a las partes, hace recaer esta labor directamente en virtud del principio de libertad de pacto (la autonomía de la voluntad, regulado en el artículo 1255 Cc.), la doctrina y la jurisprudencia.

No debemos olvidar que, la posición de debilidad del franquiciado se manifiesta, singularmente, en distintos aspectos de la relación obligacional con el franquiciado, pues aunque el franquiciado es un empresario

jurídicamente independiente y pese a que dicha independencia se manifiesta desde el punto de vista económico, lo cierto es que el franquiciador conserva ciertos derechos y obligaciones sobre la organización empresarial del franquiciado que necesariamente deberá llevar a la práctica, de modo que se constituye una clara situación de dependencia y subordinación del franquiciado respecto del franquiciador.

1. Derechos y obligaciones del franquiciador.

Los principales derechos y obligaciones del franquiciador se derivan de la transmisión de la unidad patrimonial organizada o modelo de empresa que va a desarrollar el franquiciado, es decir, la puesta a disposición del franquiciado del sistema de comercialización, así como el deber de asistencia comercial y técnica al franquiciado, o si fuera el caso, el proveerle de las materias primas o productos finales para su venta, en definitiva, le compete facilitar temporalmente una serie de bienes, derechos y conocimientos que constituyen la esencia del contrato, dicho “paquete de franquicia” se encuentra conformado:

- **Entrega de los signos distintivos de la red.** Todos estos signos se encuentran amparados en los derechos de propiedad industrial e intelectual, tales como marcas, logotipos, slogans, nombre comercial... Además, estos signos se transmiten a través de una licencia de marca que produce el efecto jurídico inter partes desde el momento en que el franquiciador y franquiciado expresan su consentimiento encaminado a realizar las prestaciones características de dicha licencia. El franquiciador debe conservar la titularidad de los derechos que licencia solicitando su

renovación y, además, no puede renunciar a la marca salvo consentimiento del licenciatario inscrito. Asimismo, otro punto que hay que destacar respecto a las obligaciones que se desprenden de esta licencia de marca, es la de garantía, consistente en controlar la calidad de los productos o servicios integrantes de la franquicia²¹.

- **Transmisión del saber hacer (Know-how).** Esta transmisión tiene carácter secreto (cuyo contenido no sea conocido por terceros), se trata de un elemento esencial y definidor del sistema de franquicia, sin el cual ésta no podría existir. Este saber hacer podrá albergar todos los conocimientos necesarios para desarrollar el negocio, pudiendo consistir en técnicas de marketing, de gestión, sistemas contables y de informática, de promoción, publicidad, etc. Por último, hay que reseñar que esta transmisión lleva aparejada:

- La entrega y envío de los bienes materiales que constituyen su soporte físico, y además, la comunicación y explicación del contenido.
- La obligación de asistencia constante y comunicación de las modificaciones y actualizaciones, manteniendo al franquiciado en el uso pacífico del mismo.

- **Pactos de exclusividad.** Respecto a las cláusulas que este contrato incluye, y que revisten carácter de exclusividad, habrá que distinguir las siguientes:

²¹ Vid en este sentido CRUZ MAYORGA TOLEDANO, M., “El contrato mercantil de franquicia”, p. 105 y SS.

- **La cláusula de no competencia territorial** tiene como finalidad asegurar al franquiciado una zona exclusiva o área de responsabilidad.
- **Aprovisionamiento exclusivo.** Estos pactos se pueden recoger con carácter exclusivo, el franquiciado deber comprar los bienes objeto de reventa al franquiciado o cuando deba comprar los productos en los proveedores homologados determinados por el franquiciador, en los casos en que éste no es el distribuidor directo de las mercancías.

- **Efectuar campañas de publicidad** y cuantas acciones se precisen para dar a conocer los productos y servicios de la marca²².

- **Limitarse a aconsejar sobre el precio de los productos o servicios.** Tiene como finalidad evitar producir una vulneración del derecho de la competencia, de manera que de ninguna manera el franquiciador podrá imponer directa o indirectamente el precio de reventa de los productos o servicios, pero si podrá efectuar recomendaciones al respecto²³.

²² HERNANDO GIMÉNEZ, A., “El contrato de franquicia de empresa” pág. 251 y Ss.

²³ Sobre este aspecto, la STS de 30 de julio de 2009, procedió a declarar la nulidad del contrato de franquicia, pues el franquiciador no se limitó únicamente a su obligación de aconsejar o recomendar sobre el precio de los productos o servicios, sino que procedió a la imposición al franquiciado de estos precios de reventa.

2. Derechos y obligaciones del franquiciado.

El franquiciado, que tiene condición jurídica de empresario, es la persona física o jurídica que explota en nombre propio la empresa franquiciada, y que por ello, asume todas las obligaciones que se derivan del contrato de franquicia.

Ante los contratos de franquicia, las obligaciones que debe cumplir el franquiciado son de diversa naturaleza. Estas obligaciones que debe asumir el franquiciado, deben seguir estrictamente los métodos y sistemas relativos al funcionamiento del negocio establecidos por el franquiciador.

- **Obligaciones pecuniarias.** La principal obligación de carácter pecuniaria que debe satisfacer el franquiciado, consiste en el pago de las diferentes cuotas, que normalmente se estructuran en tres: cuota de entrada a la red, cuotas periódicas a modo de royalties y facturas de las mercancías, materias primas o productos que suministre el franquiciador. En cuanto al proceso de fijación estos precios, tiene como límite legal los artículos 1256 y 1449 Cc, en tanto que no se podrá dejar al arbitrio de unos de los contratantes.

Debemos puntualizar, asimismo que, normalmente para la puesta en marcha de la comercialización de un producto o servicio precisa del abono de una cantidad establecida para campañas de publicidad del franquiciador²⁴.

²⁴ ALONSO SOTO, R., “los contratos de distribución comercial: aspectos económicos y jurídicos”, pág 198.

- **Actuaciones que llevan a cabo dentro de la red de franquicia.**

Como consecuencia de entrar a formar parte de una red organizada, el franquiciado debe cumplir con la actividad comercial objeto del contrato.

- **Aplicación correcta del saber hacer.** Esta obligación implica, cumplir con las prescripciones del manual operativo elaborado a tal efecto por el franquiciador, es decir, exige llevar a cabo la obligación de seguir la formación dispensada por el franquiciador para adquirir los conocimientos del saber hacer, así como, cumplir con lo previsto en las normas promocionales del franquiciador y de someter toda la publicidad a su supervisión y con las normas de reventa o de prestación de servicios.
- **Uso adecuado de la propiedad industrial.** El franquiciado tendrá derecho a utilizar, y de forma exclusiva en la zona que contractualmente se le asigne, la marca y signos distintivos del franquiciador. Para ello, deberá hacer un uso adecuado y necesario de los mismos, para evitar entre otras cosas la caducidad de la marca (arts. 1555.2 y 1561 Cc). Asimismo, no podrá alterar la apariencia de la misma ni aplicarla a productos o servicios no comprendidos en el contrato (artículo 1557 Cc).
- **Ejecución de la actividad en nombre propio.** Se exige que el franquiciado realice la actividad personalmente o a través de sus representantes y auxiliares.

- **Información al franquiciador.** Consistente en facilitar datos relativos a la actividad, con la finalidad de que el franquiciador pueda ejercer su derecho de vigilar y controlar la explotación, además, deberá informar sobre un eventual perfeccionamiento del “know how”, y sin olvidarnos de que deberá dar información acerca de cualquier acto que pueda considerarse como una usurpación de la marca licenciada²⁵.

- **Respeto de las cláusulas limitativas de la actividad.** Al igual que el franquiciador, está obligado a respetar las cláusulas de exclusividad, y de prohibición de cesión a terceros, tanto en lo referente a los productos o servicios, que sólo podrán vender los que proporcione el franquiciador, como al territorio establecido, así se aseguraran que no exista otro establecimiento igual en la zona donde se ubiquen.

- **Guardar el secreto profesional o deber de confidencialidad,** salvo autorización expresa por parte del franquiciador. El franquiciado no podrá divulgar a terceros las técnicas de marketing, los secretos comerciales de la empresa, ni los relativos a la contratación del personal.

²⁵ MAYORGA TOLEDANO, M, “El contrato mercantil de franquicia”, p. 138 y Ss.

- **El franquiciado tendrá derecho a recibir asesoramiento inicial y continuado en materia de contabilidad y gestión del establecimiento.**
- **El franquiciado tendrá derecho a recibir asistencia técnica y comercial** (tanto el franquiciado como sus dependientes)
- **El franquiciado tendrá derecho a una formación teórico-práctica, inicial y continuada**, para ello, tendrá además derecho a recibir, manualizados, los métodos y procedimientos del franquiciador.

V. LA EXISTENCIA DE UN ABUSO O POSICIÓN DOMINANTE EN EL CONTRATO DE FRANQUICIA.

Tras haber analizado el contrato de franquicia y en particular sus puntos más conflictivos, la problemática más acuciante en torno al mismo se concentra en los obstáculos y desventajas para aquel sujeto interesado en acceder a la red de la franquicia.

No obstante, aunque es bien sabido que es uno de los sistemas de comercio que aportan mayores ventajas a los franquiciados, por la reducción de riesgo que supone el acceso a un negocio ya consolidado, presentan dificultades con respecto a la libertad negocial, pues aunque el franquiciado ha procedido a la aceptación negocial con conocimiento de causa, no

implica que éste estuviese de acuerdo con todas las cláusulas que conforman el contrato, y sobre todo cuando, por lo general, simplemente se adhieren a las mismas sin poder negociarlas. Lo que sería crucial entorno a este aspecto, antes de comenzar la relación contractual, para que ambas partes logren sus fines, es que lleven a cabo sacrificios recíprocos, sin embargo no sería viable, pues al ser el franquiciador quien impone estas cláusulas negociales, tiende a obtener un desequilibrio de la relación contractual en su beneficio. Sin olvidar enumerar las numerosas restricciones contractuales que, para el interés común, sufre el franquiciado, como la limitada creatividad al estar sujeto a un conjunto de normas preestablecidas que rigen todas las formalidades del negocio, asimismo, podría afectar a la imagen, de forma negativa, la forma de llevar a cabo las actividades en otros puntos de venta de la red y, además, de la obligación de cubrir los gastos extras que suponen los costes como el canon de entrada, los royalties de funcionamiento o de publicidad²⁶...

Todas estas circunstancias han de estar sopesadas antes de la suscripción del contrato, pues esa posible injerencia del franquiciador en la actividad empresarial del franquiciado, pueden desembocar en problemas y frustraciones, y con ello en una posible ruptura de la relación contractual, con las consecuencias negativas que ello supone.

Como hemos expuesto a lo largo de este documento, existe una extensa problemática en la práctica derivada de los contratos de franquicia, hay que ser conscientes el riesgo que supone para el franquiciado adherirse

²⁶ Vid. RUIZ-RICO RUIZ. C, “El contrato de franquicia y sus límites jurídicos: problemática actual”, pág. 153 y Ss.

a un contrato con tantos impedimentos, una regulación escasa y además, con una limitada libertad contractual, y más cuando no existe ninguna norma que asegure al franquiciado el éxito financiero tras la firma del contrato, únicamente podrá basarse en resultados aproximados efectuados por el franquiciador.²⁷

A pesar de todo esto, si hoy en día el contrato de franquicia se ha convertido en un contrato muy habitual, experimentando, en sectores muy variados, un gran crecimiento en los últimos años, es porque se trata de un contrato que proporciona ciertas ventajas para las dos partes, pues, por un lado, permite al franquiciador expandir su negocio de forma rápida efectuando un control en los costes que esta supone, y de otro lado, implica una evidente oportunidad para que el franquiciado pueda iniciar un negocio, cuyo éxito ya ha sido previamente demostrado, lo que permite intentar suprimir aquellos peligros que puedan producir el inicio de cualquier proyecto empresarial.

De acuerdo con todo esto, resultará evidente sacar como conclusión que, el franquiciado antes de constituir este negocio de franquicia deberá valorar las ventajas y desventajas que este contrato comporta, y decidir si ignorar las múltiples dificultades que genera el clausulado integrante del

²⁷ Para entender los cálculos que efectúa el franquiciador con el fin de tratar de convencer al franquiciado del éxito financiero del futuro negocio, debemos remitirnos, como ejemplo, a la sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona Núm. 193/2005 (Sección 14ª), de 29 de marzo.

contrato, o arriesgarse con el fin de obtener esos beneficios económicos que puede reportar al entrar en la red de franquicias

VI. CONCLUSIONES.

El contrato de la franquicia, que en nuestro país representa una cifra cada vez más significativa del comercio, puede ser entendido como un contrato atípico en el que el franquiciador cede al franquiciado el derecho a explotar un sistema propio de comercialización de productos o servicios. No obstante, su atipicidad supone una falta de previsión legal exhaustiva, la cual se centra únicamente en el mero reconocimiento jurídico de esta figura. La normativa de este contrato se ha limitado a regular la etapa previa a su celebración dejando en un absoluto estado de atipicidad su propio contenido negocial.

En este sentido, la falta de regulación causa ciertas desventajas, al recaer sobre las partes del contrato la labor de determinar el contenido contractual. Y es que, debido a la problemática que gira en torno a cómo determinar los límites de la libertad negocial entre los contratantes, cuya dificultad se encuentra en la fijación de sus fronteras jurídicas, puede provocar grandes abusos por parte del franquiciador al franquiciado, ya que el contenido queda prácticamente a cargo del franquiciado, contenido que se establece totalmente a su favor, resultando inequitativo y produciendo efectos negativos al franquiciado.

Es por ello, por lo que en ocasiones, el franquiciado como parte débil del contrato, no tiene otro remedio que proceder a la aceptación negocial

con conocimiento de causa sin estar conforme con todas las cláusulas que integran el contrato, si quiere iniciar un negocio ya consolidado.

En definitiva, para suprimir la existencia de un abuso o posición dominante en el contrato, es aconsejable que se amplíe y regule en profundidad esta figura jurídica, estableciendo los elementos que se precisan para determinar los límites de la libertad negocial, de modo que, por ser el franquiciador quien impone las cláusulas negociales no se pueda aprovechar para producir un desequilibrio en la relación contractual, sino que su negociación debe tener límites.

BIBLIOGRAFÍA.

RUIZ-RICO RUIZ. C, “El contrato de franquicia y sus límites jurídicos: problemática actual”, ED. Tirant to Blanch, Valencia, 2008.

MAYORGA TOLEDANO. M, “El contrato mercantil de franquicia”, ED Comares, Granada, 2007.

VICENT CHULIÁ, F., “Introducción al derecho mercantil” VOL II, 23^a ED., Tirant lo Blanch, Valencia, 2012.

Vid. OLMO GASCÓN, ANA M., “La franquicia: un procedimiento de descentralización productiva desregulado laboralmente”, ED. Tirant to Blanch, 2003, pp.52 y ss.

HERNADO GIMÉNEZ, A., El contrato de franquicia de empresa, ED. Civitas, Madrid, 2000.

Secretaría de Estado de Comercio, Comercio Interior, 21 junio 2018 “<http://www.comercio.gob.es>”.

Vid., FERNÁNDEZ ARÉVALO, A., “Indemnización por ruptura injustificada de tratos preliminares: responsabilidad ex artículo 1902 del Código civil”, págs. 288 y ss.

Consulta expertos franquicia. “<http://www.consultafanquicias.es>”. 1 de Julio 2018.

ALONSO SOTO, R., “los contratos de distribución comercial: aspectos económicos y jurídicos”, pág 198.