



TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN DERECHO

CURSO ACADÉMICO 2020-2021

TÍTULO:
El contrato de franquicia. Un análisis de actualidad

WORK TITLE:
The franchise agreement. A current analysis

AUTOR: Roberto Lebeña Alcántara

DIRECTORA: María Eugenia Fernández Fernández

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN SOCIOECONÓMICA.....	4
1. METODOLOGÍA.....	5
2. LA FRANQUICIA EN ESPAÑA	7
2.1. ORIGEN HISTÓRICO	7
2.2. CONCEPTO DE FRANQUICIA	8
2.2.1. <i>Concepto legal</i>	8
2.2.2. <i>Concepto jurisprudencial</i>	10
2.3. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA	11
3. ELEMENTOS OBJETIVOS Y SUBJETIVOS DEL CONTRATO	16
3.1. ELEMENTOS OBJETIVOS	16
3.2. ELEMENTOS SUBJETIVOS	18
4. CONTENIDO DEL CONTRATO DE FRANQUICIA.....	19
4.1. ASISTENCIA COMERCIAL Y TÉCNICA	20
4.2. FUENTES DE APROVISIONAMIENTO	20
4.3. <i>KNOW-HOW</i>	20
4.4. EXCLUSIVIDAD.....	21
4.5. DURACIÓN.....	22
5. CLASES DE FRANQUICIAS	23
5.1. DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA.....	23
5.2. DESDE LA PARTICULARIDAD DE LA FRANQUICIA.....	25
6. RÉGIMEN JURÍDICO	27
6.1. NORMAS JURÍDICAS APLICABLES	28
6.2. FUENTES DE LAS OBLIGACIONES DEL CONTRATO	32
7. PRINCIPALES ASPECTOS LITIGIOSOS DEL CONTRATO	34
7.1. RESPECTO AL FRANQUICIADOR	34
7.2. RESPECTO AL FRANQUICIADO	36
8.RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA.....	39
8.1. VÍA JUDICIAL.....	39
8.2. VÍA EXTRAJUDICIAL.....	40
8.2.1. <i>Arbitraje</i>	41
8.2.1.1 <i>Corte Española de Arbitraje</i>	42
8.2.1.2 <i>Asociación Europea de Arbitraje</i>	42
8.2.2. <i>Mediación</i>	45
8.2.3. <i>Conciliación</i>	46
9.CONCLUSIÓN	47
10.BIBLIOGRAFÍA	48

RESUMEN

La franquicia como modelo económico ha experimentado un elevado crecimiento desde mediados del siglo XX hasta la actualidad. Buena muestra de ello son las numerosas tiendas y locales que invaden nuestras ciudades y sus periferias. Con esta fórmula de negocio los beneficios sociales que este supone son de una trascendencia significativa para una sociedad en constante crecimiento y evolución, cabe citar, entre otros, los propios del ámbito laboral, generando multitud de puestos de trabajo. Además del laboral existen otros beneficios sociales tales como la inversión que genera o el factor recaudatorio en relación con los tributos que produce. Este trabajo tiene la intención de presentar la franquicia a partir de los diferentes conflictos que se originan entre las partes, sin dejar de lado su estructura y funcionamiento para una mayor comprensión del origen de estos conflictos.

Palabras clave: franquicia, extrajudicial, litigio, contrato

ABSTRACT

The franchise as an economical model has developed an increased growth since the middle of the twentieth century until the present day. A great simple of it is are numerous shops that have taken over our cities and their suburbs. With this business formula, the social benefits that it entails are of significant transcendence for a society that is in constant development and evolution, as could be among others the work environment, generating a multitude of jobs. Apart from the work environment, there are other social benefits such as the generated investment or the collection factor in relation to the tributes that it produces. This project intends to show franchises from the conflict resolutions that are originated between the parts, franchisor and franchisee, without leaving aside its structure and performance for a better comprehension of the origins of these conflicts.

Keyword: franchise, extrajudicial, litigation, contract

INTRODUCCIÓN SOCIOECONÓMICA

La franquicia tiene un peso social y económico relevante en la estructura económica de un país. En la actualidad, las franquicias están presentes en la gran mayoría de los sectores económicos de un territorio, como puede ser el transporte, la alimentación, el entretenimiento u otros muchos que tienen un rol imprescindible en la sociedad actual.

Todo ello permite aumentar la competencia en cada uno de estos sectores con lo que ello conlleva, como puede ser precios más bajos, mayores garantías, respuesta a la demanda social o mayor investigación para la mejora de los bienes ofertados que producen una mejora en el ámbito social significativa, y más concretamente, en el consumidor final.

El consumidor conoce en buena parte la fama de la franquicia y eso le proporciona confianza a la hora de consumir mientras que para el empresario un modelo con un cierto éxito entre la población le proporciona seguridad en la inversión.

Desde la perspectiva económica que, implícitamente conlleva la perspectiva social, este modelo de negocio proporciona a las arcas del estado un ingreso significativo no solo por el aumento del consumo sino por todo aquello que conlleva las numerosas aperturas de franquicias por todo el territorio. En primer lugar, el empleo. La apertura de franquicias supone la contratación de personal para iniciar la actividad comercial y todo lo que ello supone como puede ser las contribuciones a la Seguridad Social. Además, permite acceder al mercado laboral a aquellas personas que no han tenido un empleo anteriormente proporcionándoles formación y asistencia.

En segundo lugar, el pago de impuestos, ya bien por parte del trabajador o ya bien por parte del empresario. Además, todo ello contribuye a la creación de un flujo monetario en la sociedad que motiva al consumo y permite mantener el modelo económico.

Y, en tercer lugar, la inversión que supone la creación de este modelo comercial, que posibilita a su vez la creación de más puestos de trabajo. Es por ello que los beneficios económicos que esto conlleva, suponen también unos beneficios sociales de gran importancia.

1. METODOLOGÍA

La realización de este TFG tiene por objeto conocer la situación actual de la franquicia en España, mediante la legislación española y su adaptación a la legislación de la Unión Europea y analizar la importancia de la vía extrajudicial en los conflictos entre franquiciado y franquiciador.

La realización de este trabajo se ha llevado a cabo en dos etapas. En la primera etapa se ha realizado una búsqueda de información en diferentes fuentes oficiales como el Centro de *Documentación Judicial* (CENDOJ), la *Asociación Española de Franquiciadores* (AEF) y el *Boletín Oficial del Estado* (BOE), además de la búsqueda de información en diferentes revistas y monografías. Con toda la información obtenida se ha realizado una segunda etapa en la que se ha estructurado el trabajo dando a conocer la franquicia en España y los datos que ayudan a comprender la importancia de la vía extrajudicial en los conflictos entre franquiciador y franquiciado.

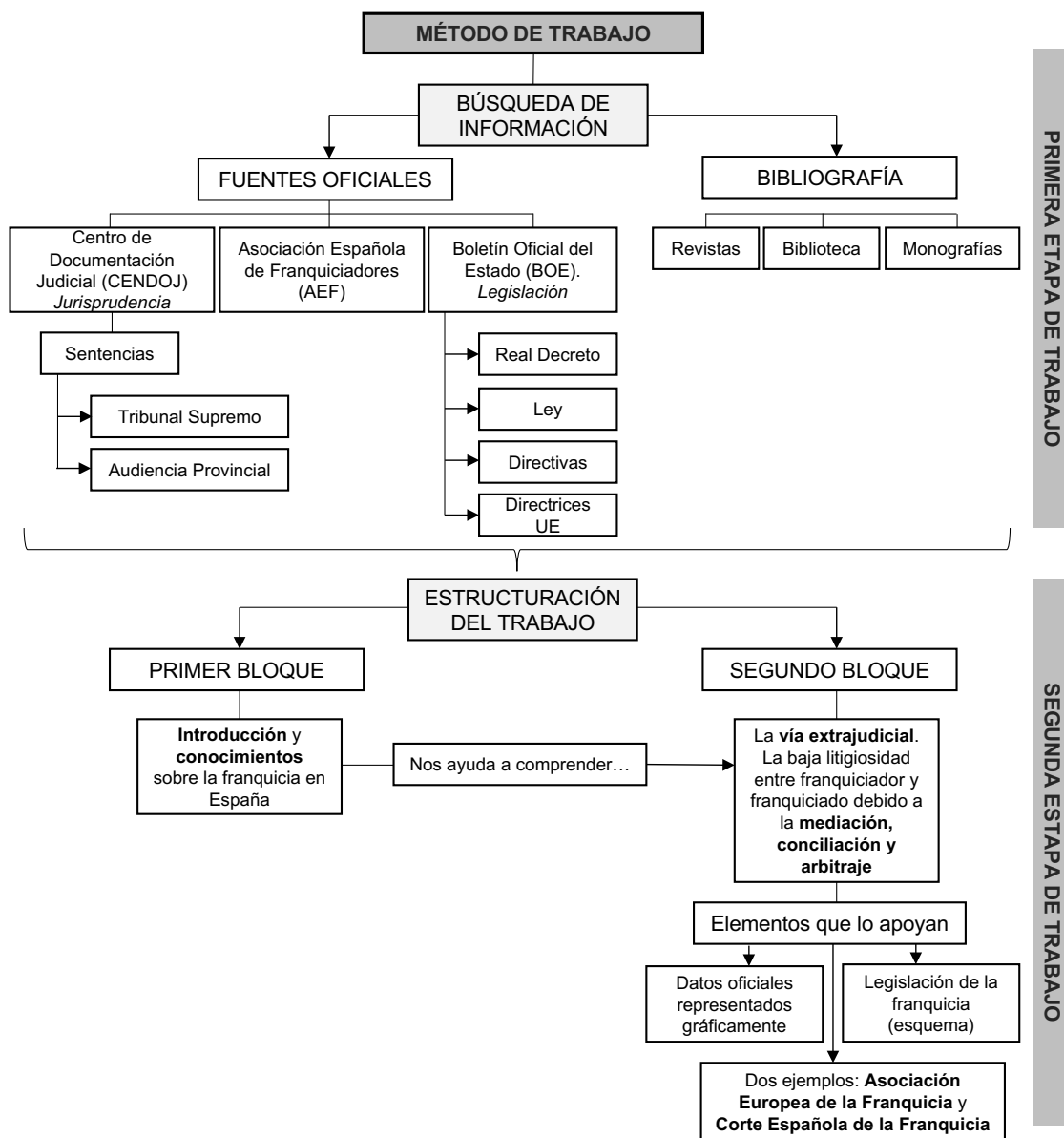
En la etapa de búsqueda de información se ha buscado diferentes sentencias judiciales del Tribunal Supremo y Audiencias Provinciales, del CENDOJ, con el objetivo de poder extraer conclusiones sobre cuáles son los principales conflictos que derivan de la franquicia. Es importante poder conocer la legislación actual de la franquicia en España, mediante la búsqueda de leyes, RD, Directivas y Reglamentos en el BOE y DOUE. También se ha consultado la AEF (Asociación Española de Franquiciadores) para poder conocer los principios rectores de la franquicia.

En cuanto a la segunda etapa de trabajo, se ha realizado una estructuración en dos bloques. En un primer bloque se da a conocer la franquicia aludiendo al origen, concepto, el contrato y contenidos del mismo. El segundo bloque se han analizado los principales conflictos entre franquiciador y franquiciado y la importancia que tiene la vía extrajudicial en su resolución, mediante la mediación, conciliación y arbitraje.

Por último, se han trabajado diferentes informaciones oficiales y contrastadas como la legislación vigente de la franquicia y datos oficiales, representada esquemáticamente para poder hacer una composición real de la legislación vigente sobre la franquicia en España y su adaptación a la legislación de la Unión Europea y sobre el contrato de franquicia.

También se han trabajado datos sobre las sentencias instadas por vía judicial entre franquiciadores y franquiciados y las favorables a una y otra parte, representadas en gráficos para una mejor comprensión. La interpretación de estos datos hace que se pueda llegar a la conclusión de que existe una baja litigiosidad debido a la labor de mediación, conciliación y arbitraje. Por eso, se han incluido dos ejemplos de asociaciones u organismos que ayudan a resolver, por vía extrajudicial, los conflictos entre franquiciador y franquiciado, como pueden ser la *Corte Española de la Franquicia* y la *Asociación Europea de la Franquicia*.

Figura 1.1. Organización del trabajo.



Elaboración propia

2. LA FRANQUICIA EN ESPAÑA

2.1. ORIGEN HISTÓRICO

La creciente necesidad de expandir un determinado modelo de negocio a otras partes geográficas y el emprendimiento de determinados sujetos han llevado a la creación del llamado contrato de franquicia. El propietario del modelo de negocio consigue obtener una contraprestación económica por permitir la explotación de dicho modelo, y evita de este modo la inversión y dedicación tan compleja que puede suponer la apertura de diferentes establecimientos alrededor del mundo. De este modo el origen de la franquicia se sustentaría en la necesidad de expansión de un modelo experimentado y el carácter emprendedor de determinados sujetos.

La Edad Media marca los inicios de lo que entendemos actualmente como franquicia. El autor MOREJÓN GRILLO, A.¹ hace referencia al origen de la palabra franquicia “...*la Edad Media, época en la cual un soberano otorgaba o cedía un privilegio a sus súbditos, (“cartas francas”) quienes en virtud del mismo podían realizar en determinadas zonas del reino actividades tales como la pesca y la caza. Estas autorizaciones o privilegios se designaban utilizando el término “franc”.*

Es en Estados Unidos cuando surge el primer antecedente de franquicia. A los particulares se les ofrecía la explotación de servicios públicos tales como FFCC y bancos. Más tarde, compañías americanas como Coca Cola, Hertz Rent a car y General Motors y, en Francia, Lanas “Lainiere de Roubaix” continuaron con el modelo que se estableció en la década de los 80 en el siglo XIX por la compañía “Singer Sewing Company”, que fue la pionera en cambiar e instaurar su propia estructura empresarial marcando la dirección hacia lo que hoy entendemos por franquicia. Por estos hechos, los expertos sitúan el nacimiento del Sistema de Franquicias en el año 1929. Cabe decir que Estados Unidos es el país donde mayor auge ha tenido el modelo de negocio de franquicia desde el siglo XX hasta la actualidad.

¹ MOREJÓN GRILLO, A., (2015) “*El Contrato de Franquicia*”. Universidad de Málaga, Enciclopedia Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. pp. 9.

En España el modelo de franquicia experimenta un gran auge durante el siglo XX y más especialmente en los años 80. Aunque los inicios de la franquicia en España estuvieron marcados por la presencia de cadenas extranjeras lo cierto es que, en la actualidad, predominan en mayor porcentaje las de ámbito nacional. De igual manera sucedió con los ámbitos donde mayor presencia tuvo la franquicia en un primer momento como son la moda y la hostelería para, posteriormente, ser la distribución y servicios.² Todo ello sin perjuicio de los diferentes ámbitos donde nos podemos encontrar franquicias como puede ser la alimentación, viajes, belleza, consultoría o limpieza entre otras. Por último señalar que, el incremento de beneficios que experimentó la franquicia entre los años 2001 (11.421€) y 2016 (26.991€) son un buen reflejo de la prolífera evolución de la franquicia en nuestro país.³

2.2. CONCEPTO DE FRANQUICIA

2.2.1. Concepto legal

El concepto de franquicia según el Código Europeo de la Franquicia es *“un sistema de comercialización de productos y/o servicios y/o tecnologías, basada en una estrecha y continua colaboración entre empresas jurídica y financieramente distintas e independientes, el Franquiciador y sus Franquiciados, en el que el Franquiciador dispone el derecho e impone a sus Franquiciados la obligación de explotar una empresa de acuerdo con sus conceptos. El derecho así concedido autoriza y obliga al Franquiciado, a cambio de una aportación económica, directa o indirecta, a utilizar la marca de productos y/o servicios, el know-how (saber hacer) y otros derechos de propiedad intelectual, ayudado por la continua asistencia comercial y/o técnica, en el marco de un contrato de Franquicia suscrito por las partes a este efecto”*⁴. Además de esta definición se puede hacer hincapié en otras como la de la Real Academia Española

² SP FRANQUICIAS (2017). *Evolución de las franquicias en España*.

<https://www.spfranquicias.com/evolucion-las-franquicias-espana/>

³ AEF (2017). “*Gráficos de evolución de la franquicia en España*”. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores. <http://www.franquiciadores.com/wp-content/uploads/2017/03/Gráficos-de-evolución-de-la-franquicia-en-España.pdf>

⁴ AEF (2016). “*Código Deontológico Europeo de la Franquicia*”. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores.

(RAE) que señala “contrato por el que una empresa otorga a otra la comercialización de ciertos productos o servicios bajo sus símbolos y marcas en una zona determinada y con su asistencia técnica a cambio de pagarle una cuota de entrada y un canon periódico”⁵. Por último y no menos importante la que se encuentra en el Real Decreto 201/2010 “se entenderá por actividad comercial en régimen de franquicia, regulada en el artículo 62 de la ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, aquella que se realiza en virtud del contrato por el cual una empresa, el franquiciador, cede a otra, el franquiciado, en un mercado determinado, a cambio de una contraprestación financiera directa, indirecta o ambas, el derecho a la explotación de una franquicia, sobre un negocio o actividad mercantil que el primero venga desarrollando anteriormente con suficiente experiencia y éxito, para comercializar determinados tipos de productos o servicios y que comprende, por lo menos:

- a) El uso de una denominación o rótulo común u otros derechos de propiedad intelectual o industrial y una presentación uniforme de los locales o medios de transporte objeto del contrato.
- b) La comunicación por el franquiciador al franquiciado de unos conocimientos técnicos o un saber hacer, que deberá ser propio, sustancial y singular.
- c) La prestación continua por el franquiciador al franquiciado de una asistencia comercial, técnica o ambas durante la vigencia del acuerdo; todo ello sin perjuicio de las facultades de supervisión que puedan establecerse contractualmente.”⁶

Por su parte el Reglamento de la CEE 4087/88 considera la franquicia como “un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimiento, derechos de autor, Know-How o patentes, que

⁵ RAE (2014). “Diccionario de La Lengua Española”.

⁶ 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. BOE núm. 63.

*deberán explotarse para la reventa de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales”.*⁷

Por último, el artículo 62. 1º LOCM que indica que se trata de todo acuerdo “*por el que una empresa, denominada franquiciadora, cede a otra, denominada franquicia, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios*”.⁸

2.2.2. Concepto jurisprudencial

Respecto al concepto en la jurisprudencia son muchas las sentencias que han recogido la definición de franquicia. Una de ellas es la **Sentencia TS (sala de lo civil), sentencia núm. 164/1997 de 4 marzo** que lo entiende como un contrato por medio del cual “*una de las partes [que es titular de una determinada marca, rótulo, patente, emblema, fórmula, método o técnica de fabricación o actividad industrial o comercial] otorga a la otra el derecho a utilizar, por un tiempo determinado y en una zona geográfica delimitada, bajo ciertas condiciones de control, aquello sobre lo que ostentaba la titularidad, contra la entrega de una prestación económica, que suele articularse normalmente mediante la fijación de un canon o porcentaje*”.⁹

El concepto que proporciona la jurisprudencia presenta un contenido más detallado y concreto en relación con el concepto que aparece en la ley y más en concreto el del artículo 62. 1º LOCM en el que aparece un término más amplio que omite elementos tales como la onerosidad del contrato, la trascendencia en la celebración del contrato entre dos partes jurídica y económicamente independientes o el modo en el que se desarrolla el derecho de utilizar un determinado producto o servicio. La onerosidad del contrato de franquicia se trata de un elemento esencial del mismo, por medio del cual una de las

⁷ Reglamento (CEE) n° 4087/88 de la Comisión de 30 de noviembre de 1988 relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a categorías de acuerdos de franquicia. DOUE núm. 359.

⁸ Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. BOE núm.15, de 17/01/1996.

⁹ Sentencia Tribunal Supremo (sala de lo civil), sentencia núm. 164/1997 de 4 marzo. RJ 1997/1642.

partes, en este caso, el franquiciante recibe una contraprestación económica por parte del franquiciante. Esa contraprestación económica tiene por lo general un carácter periódico el cual recibe el nombre de royalty y se obtiene por concepto del constante y continuo apoyo y asistencia que obtiene el franquiciatario. Además del royalty, el franquiciante percibe un canon inicial por la transmisión del *know-how* y los derechos de explotación. Además de la onerosidad, la jurisprudencia trata de discernir claramente la relación entre los sujetos del contrato, que debe ser independiente no solo en un aspecto jurídico, sino que además lo debe ser en el ámbito económico. Por último, establece cómo debe desarrollarse el contrato, señalando tiempo, espacio y condiciones.¹⁰

2.3. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

Es la **Sentencia AP (sección 9 civil), núm.20/2019 de 21 de enero** en su fundamento 5 la que recoge las notas características de este contrato *“En este sentido se ha definido el contrato de franquicia como Contrato atípico, consensual, bilateral, sinalagmático, obligatorio, oneroso, generalmente adhesivo, de tracto sucesivo, "intuitu personae", complejo y mercantil...”*

Atípico, como señala la **Sentencia TS (Sala de lo civil), sentencia núm.5101/1996 del 27 de septiembre** *“El contrato de franquicia surgido del tipo contractual del derecho norteamericano denominado “franchising” como manifestante de una situación contractual que no tiene su reflejo en el Derecho positivo, debe estimarse como enclavado dentro del área de los denominados contratos atípicos”*. Además en el mismo Fundamento de Derecho primero hace referencia al modo en el que se regirá este contrato atípico *“se regirá, en primer lugar, por la voluntad de las partes plasmada en cláusulas y requisitos concretos que formulados, sin duda, en relaciones de buena fe y mutua confianza, debiendo, las mismas, producir todos sus efectos, y para el caso de que hubiera lagunas para interpretar su contenido, será preciso recurrir a figuras de contratos típicos afines a dicha relación consensual atípica”*.¹¹

¹⁰ LÁZARO SÁNCHEZ, E.J. (2000). *“El contrato de franquicia (Aspectos Básicos)”*, En Anales de Derecho, Universidad de Murcia. n° 18, pp. 91-116.

¹¹ Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo civil), sentencia núm.5101/1996 del 27 de septiembre.

Además, la **Sentencia TS (Sala de lo Civil), núm.145/2009 de 9 de marzo** en su Fundamento de Derecho tercero señala *“Ello hace que deba considerarse que, en España, la franquicia es un contrato nominado porque está previsto en el ordenamiento, pero sigue siendo atípico, porque no goza de regulación legal, lo que ha generado que, al igual que en Francia, que la Asociación Española de Franquiciadores se haya dotado de un Código deontológico, que no tiene efectos imperativos”*.¹²

Oneroso, al entender que la base del contrato de franquicia es una contraprestación económica que realiza el franquiciatario al franquiciante a cambio de la explotación de un modelo de negocio experimentado, es decir, existe un interés mutuo. La **Sentencia TS (Sala de lo Civil) núm.485/2012 de 18 de julio**¹³ hace referencia a los requisitos para proceder a la resolución unilateral del contrato de franquicia entre los que hace mención al de una obligación principal y recíproca que suponga un grave perjuicio a una de las partes o a sus intereses económicos. Por ello la onerosidad del contrato de franquicia no solo constituye una característica más del mismo, sino que es considerado una obligación principal y su incumplimiento faculta a la otra parte a la resolución del contrato.¹⁴

Consensual y Obligatorio. Obligatorio para las partes que conforman el negocio y conforme el artículo 1278 del Código Civil¹⁵ que señala *“Los contratos serán obligatorios, cualquiera que sea la forma en que se hayan celebrado, siempre que en ellos concurran las condiciones esenciales para su validez.”*. Consensual al tratarse de un pacto de voluntades entre las partes. Los vicios del consentimiento a la hora de firmar el contrato pueden dar paso a la nulidad del mismo. Un ejemplo del vicio del consentimiento puede darse con la información precontractual que debe prestar el franquiciador. En la **Sentencia AP Barcelona (sección 14 civil), núm. 86/2019 de 19 de**

¹² Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo Civil), núm.145/2009 de 9 de marzo.

¹³ AEF (2018).” *Observatorio de la Jurisprudencia de Franquicias en España. Años 2012-2017*”. Segunda edición, 24 pp. <http://www.franquiciadores.com/segunda-edicion-del-observatorio-la-jurisprudencia-franquicias-espana/>

¹⁴ Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo Civil) núm.485/2012 de 18 de julio.

¹⁵ *Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil*. Boletín Oficial del Estado, nº 206, de 25 de julio de 1889. Capítulo III. De la eficacia de los contratos.

febrero señala “*el deber de información precontractual alcanza una gran relevancia, atendida la naturaleza del contrato concertado entre el franquiciador que dispone de experiencia en el sector de actividad correspondiente, y el comerciante no experto, que pretende establecerse como franquiciado*”.¹⁶ Además de esta sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona la **Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del comercio minorista** señala en su artículo 62.3 “*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*”.

¹⁷

De tracto sucesivo. Las partes deben cumplir las obligaciones propias del contrato durante el espacio de tiempo que se haya fijado en el contrato, por lo que no se agota la obligación de cumplirlas en un solo momento. En la **Sentencia AP Madrid (sección 12 civil), núm. 10/2017 de 19 de enero** hace referencia al tracto sucesivo de este modo “[...] *el carácter de contrato de tracto sucesivo con prestaciones que se van reiterando y que van quedando consumadas y agotadas [...] cuando se refiere a un contrato de tracto sucesivo, en el que las prestaciones reciprocas se han prolongado en el tiempo.*”¹⁸

Complejo y mercantil, según señala BERMÚDEZ GONZÁLEZ G.J. “*Puesto que ninguno de los contratos que tienen relación con el de franquicia son: el de concesión, el de licencia, el de distribución, el de suministro, el de comisión, etc.*” Además, el autor en relación con el carácter mercantil del contrato indica “*se trata de un acuerdo donde la mercantilidad está presente bien en su carácter interprofesional o en la concepción de actos de comercio descrito en el Código de Comercio en su artículo 2*”¹⁹. El contrato de franquicia se encuentra próximo a diferentes tipos de contratos sin llegar a ser ninguno

¹⁶ Sentencia Audiencia Provincial Barcelona (sección 14 civil), núm. 86/2019 de 19 de febrero.

¹⁷ Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. BOE núm.15, de 17/01/1996.

¹⁸ Sentencia AP Madrid (sección 12 civil), núm. 10/2017 de 19 de enero.

¹⁹ BERMÚDEZ GONZÁLEZ, G.J. (2002). “*La franquicia: elementos, relaciones y estrategias*”, ESIC Editorial. Madrid, pp. 212.

de ellos capaz de regularlo totalmente. De ahí que se considere al contrato de franquicia complejo. El carácter mercantil se basa principalmente en el carácter profesional de las partes y los actos que llevan a cabo.

Generalmente adhesivo, el franquiciador impone las cláusulas del contrato, por lo que el franquiciado no interviene en la configuración del contrato. Se tendrá que ajustar a lo establecido en la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.²⁰ El franquiciado acepta un formulario tipo de contrato, con una serie de anexos de condiciones generales, requiriendo la franquicia la fijación unilateral por el franquiciador como contratante dominante y coordinador del sistema. La existencia de condiciones generales de la contratación en los contratos de franquicia, en el bien entendido que éstas hayan sido expresamente aceptadas por el adherente, no desvirtúa que el contrato de franquicia se trate de un auténtico contrato, para cuya formación haya libre consentimiento y negociación

“Intuitu personae”, el franquiciador debe elegir cuidadosamente el perfil del futuro franquiciado. Ello le supondrá conseguir los beneficios que pretende alcanzar o no, y es por esto que la selección del futuro franquiciado alcanza una importancia capital en este punto. La **Sentencia AP Barcelona (sección 13 civil), núm. 567/2018 de 5 de octubre** comenta *“se trata de un contrato "intuitu personae", como expresamente se señala en el pacto 10 del contrato, de modo que a la franquiciadora no le es indiferente quienes sean sus concretos franquiciados”*²¹. Además, la **Sentencia AP Madrid (sección 8 civil), núm. 189/2015 de 12 de mayo** señala *“Dotándose de certeros límites y garantías al tiempo de permitir la entrada de un tercero en el capital social de la sociedad demandada o de modificar el equilibrio de fuerzas entre los actuales accionistas; lo que denota como la franquiciadora tuvo en cuenta el componente personalista de la franquiciada que, a su vez, denotan el carácter "intuitu personae" de la relación contractual.”*²² y es así por

²⁰ Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación. Boletín Oficial del Estado, nº 89, de 14 de abril de 1998.

²¹ Sentencia Audiencia Provincial Barcelona (sección 13 civil), núm. 567/2018 de 5 de octubre.

²² Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 8 civil), núm. 189/2015 de 12 de mayo.

la transcendencia que supone encontrar un perfil capacitado en la consecución de los objetivos marcados por el franquiciador.

Bilateral o sinalagmático, ya que participan del contrato, por un lado, el franquiciador, sujeto que recibe una contraprestación económica por la cesión de un modelo de negocio y por otra el franquiciado, sujeto que explota ese modelo de negocio y desembolsa una cantidad por ello. Cada una de las partes, a su vez, tiene una serie de obligaciones para con el otro que deben cumplir y que son base del consenso que caracteriza este tipo de contratos. Entre alguna de ellas, la **Sentencia AP Logroño (sección 1 civil), núm.318/2019 de 2 de septiembre** nos menciona las diferentes obligaciones que tiene cada una de las partes y que más adelante desarrollare en profundidad²³. Por su parte y según señala BERMÚDEZ GONZÁLEZ G.J. *“Este contrato tendrá carácter bilateral o sinalagmático, al generar derecho y obligaciones mutuas para ambas partes, en función de lo estipulado en el contrato y en virtud del principio de la autonomía de la voluntad, como queda reflejado en el artículo 1.3-b del Reglamento (CEE) 4087/88 y en el artículo 2 del Real Decreto 2485/q”*.²⁴

Conmutativo. Las partes conocen en el momento de la celebración del contrato los diferentes riesgos que pueden existir y deciden asumirlos. En la **Sentencia AP Barcelona (sección 19 civil), núm.327/2019 de 14 de junio** señala en su fundamento segundo *“de la primera regla se desprende que todo cambio de bienes y servicios que se realice onerosamente tiene que estar fundado en un postulado de conmutatividad, como expresión de un equilibrio básico entre los bienes y servicios que son objeto de intercambio. Este “equilibrio básico”, que no cabe confundir con la determinación del precio de las cosas fuera de la dinámica del mercado (precios intervenidos o declarados judicialmente), resulta también atendible desde la fundamentación causal del contrato, y sus correspondientes atribuciones patrimoniales, cuando deviene profundamente alterado con la consiguiente desaparición de la base del negocio que le dio sentido y oportunidad. Por tanto, más allá de su mera aplicación como criterio interpretativo, artículo 1289 del Código Civil, la conmutatividad se erige como una regla de la*

²³ Sentencia AP Logroño (sección 1 civil), núm.318/2019 de 2 de septiembre.

²⁴ BERMÚDEZ GONZÁLEZ, G.J. (2002). *“La franquicia: elementos, relaciones y estrategias”*, ESIC Editorial. Madrid, pp. 212.

*economía contractual que justifica, ab initio, la posibilidad de desarrollo de figuras como la cláusula rebus sic stantibus.”*²⁵ Todo ello nos viene a decir que cualquier modificación de bienes y servicios que sean base del contrato debe ser conocido por la otra parte, de esta manera es consciente del riesgo que asume.

No formal, puesto que no se impone una forma determinada para su configuración.

Mixto, como así hace referencia la **Sentencia AP Bilbao (sección 4 civil), núm. 663/2017 de 25 de octubre** “*será preciso recurrir a figuras de contratos típicos afines a dicha relación consensual atípica, por eso viene definido como “un contrato mercantil atípico de carácter mixto pues asume elementos propios del depósito y de la comisión mercantil”*. Resulta ser una especie de los contratos de franquicia, frecuentes en nuestro país, si bien carentes de regulación en el derecho positivo”²⁶ Por ello el contrato de franquicia es mixto por las mismas razones que es complejo, la diversidad de contratos afines de los que apropia elementos sin llegar ninguno de ellos a regularlo en todos sus extremos.

3. ELEMENTOS OBJETIVOS Y SUBJETIVOS DEL CONTRATO

3.1. ELEMENTOS OBJETIVOS

Es capital hacer referencia a los elementos objetivos que forman parte de la franquicia que la identifican y diferencian de otros contratos afines como puede ser el de suministro, colaboración o distribución.

A) Patentes y signos distintivos

El franquiciador posee la titularidad de la patente o marca de su negocio y por ello debe registrarlo en la **Oficina Española de Patentes y Marcas (OEMP)**” La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) es un Organismo Autónomo de la Administración General del Estado que impulsa y apoya el desarrollo tecnológico y económico otorgando protección jurídica a las distintas modalidades de propiedad industrial mediante la concesión de patentes y modelos de utilidad (invenciones); diseños industriales (creaciones de forma); marcas y nombres comerciales (signos distintivos) y títulos de

²⁵ Sentencia AP Barcelona (sección 19 civil), núm.327/2019 de 14 de junio.

²⁶ Sentencia AP Bilbao (sección 4 civil), núm. 663/2017 de 25 de octubre.

protección de las topografías de productos semiconductores. Asimismo, difunde la información relativa a las diferentes formas de protección de la propiedad industrial.”²⁷

Tras el pertinente registro en la OEPM, este es concedido durante el plazo de 20 años, desde la fecha de presentación de la solicitud.

Además, este registro es previo e imprescindible para que el franquiciador pueda inscribirse en el registro de franquiciadores.

La Sentencia AP Logroño (sección 1 civil), núm.318/2019 de 2 de septiembre en su fundamento tercero señala *“Por lo expuesto los elementos esenciales del contrato de franquicia son: a) la cesión o licencia de elementos de propiedad industrial (signos distintivos como marcas, rótulos de establecimiento, nombre comercial) para comercializar productos o servicios creando una imagen uniforme de cadena comercial [...] Los contratos de franquicia se rigen por lo pactado por las partes en el contrato al amparo del art. 1.255 del CC, siendo el contrato el que marca las obligaciones que asumen las partes, si bien de ordinario el franquiciador suele asumir las siguientes obligaciones: a) Permitir al franquiciado el uso de signos distintivos.”*²⁸

Por lo que el franquiciador, titular de la propiedad industrial, cede el uso y explotación al franquiciado de aquel signo o signos distintivos que identifican una determinada franquicia con aquella percepción que la sociedad ha configurado por medio de la cultura, política, filosofía o estrategia de esta.

B) El precio

En un primer momento el franquiciado debe desembolsar una cantidad en el llamado canon inicial en concepto de transmisión de derechos de explotación, transmisión del *Know-How* (manual de operaciones), formación del personal, proyecto de arquitectura del local, etc. El canon de partida se puede calcular ya bien imponiendo una cuantía fija sin valorar zona, tamaño mercado u otros; por un importe variable en función de las inversiones o las ventas en una zona o por la zona de exclusiva o el tamaño de mercado. En determinadas franquicias como las de producto y distribución los royalties no son exigibles. En contrapartida el franquiciado aplica sobre los productos su beneficio, esto

²⁷ La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCOTUR), según Real Decreto 998/2018, de 3 de agosto.

²⁸ Sentencia AP Logroño (sección 1 civil), núm.318/2019 de 2 de septiembre.

es, no obtiene royalty por volumen de ventas, sino que aplica directamente el royalty en el precio de los productos. Esto se debe a la naturaleza de las franquicias de este tipo donde resulta más sencillo aplicar sobre el precio final el royalty a diferencia de otro tipo de franquicias como la de servicios en donde es más complejo seguir esa técnica y por ende utilizan el volumen de ventas o cobros de servicios para calcular mensual o anualmente el royalty que no deja de ser una contraprestación que recibe el franquiciador por el uso continuado del nombre y marca con todo lo que ello conlleva.²⁹

3.2. ELEMENTOS SUBJETIVOS

El franquiciador inicia y desarrolla un negocio que resulta exitoso y a través de la franquicia decide ceder la explotación a otros individuos a cambio de una contraprestación económica. El franquiciado conoce el nivel de ventas y la fama que tiene entre la sociedad y decide explotar ese negocio siendo consciente del pequeño esfuerzo que supone abrirse mercado ante un negocio conocido y experimentado. El franquiciado evita así el largo y difícil camino que supone ganarse en una sociedad contemporánea la confianza del consumidor. El franquiciador no solo le permite explotar un negocio con una cierta predisposición al éxito sino que le acompaña y apoya en ese camino por medio de asistencia técnica, administrativa, comercial o financiera además de formación al personal, transmisión del *Know-How etc.* Para ello el franquiciado debe cumplir una serie de requisitos impuestos por el franquiciador que, al fin y al cabo, es el principal interesado en que la marca o negocio continúe teniendo éxito.

Aunque con carácter general franquiciador y franquiciado sean dos personas jurídica y económicamente independientes, es cierto que en determinadas situaciones no siempre es de este modo y puede llegar a producirse una confusión que puede llevar a pensar que franquiciador y franquiciado son una misma persona, algo transcendente a efectos de responsabilidad. La **Sentencia AP Madrid (sección 9 civil), núm. 20/2019 de 21 de enero** en su fundamento quinto señala “... *debe indicarse que si bien franquiciador y franquiciado son dos personas jurídicas distintas, en este supuesto frente a terceros aparenten ser una única empresa, y dicha apariencia en la unidad de empresas, resulta*

²⁹ LÁZARO SÁNCHEZ, E.J. (2000). “*El contrato de franquicia (Aspectos Básicos)*”, En *Anales de Derecho*, Universidad de Murcia. nº 18, pp. 91-116.

*del signo distintivo propio que como elemento publicitario ofrece a sus franquicias [...] En consecuencia resulta de aplicación la doctrina contenida en la SAP Barcelona de 13 de diciembre de 2018, que resolvió que “ el riesgo de apariencia de unidad de empresa de la red de franquicias MRW, titularidad de Fitman, frente a terceros, en este caso, legitima a los terceros perjudicados a que puedan reclamar directamente al franquiciador.” [...] que la relación jurídica existente entre ambas demandadas es cuestión ajena al consumidor del servicio, el cual desconoce normalmente dicha relación y se guía simplemente por los datos externos referidos a publicidad, forma en que la empresa franquiciadora aparece en el contrato, datos de los que puede generarse una confianza en que existe una garantía por parte de la franquiciadora”.*³⁰ Por lo que, a ojos del consumidor, el franquiciado y franquiciador pueden parecer un mismo sujeto.

El empresario o individuo que tenga intención de llevar a cabo la actividad de franquiciadores debe inscribirse en el Registro pertinente que recoge el artículo 62.2 LCM por medio del Real Decreto 2485/1988, de 13 de noviembre (actualmente derogado por el Real Decreto 201/2010 de 26 de febrero). Dependiendo del ámbito de actuación de dichas franquicias el registro será autonómico, en el caso de que operen en una determinada comunidad autónoma o nacional, en el supuesto de que operen en diferentes comunidades autónomas. En el caso del registro nacional, este dependerá de la Dirección General de Comercio Interior (Ministerio de Economía y Hacienda) y estará conformado con aquellos datos necesarios exigidos por el artículo 7 del RD mencionado.³¹

4. CONTENIDO DEL CONTRATO DE FRANQUICIA³²

Al tratarse de un contrato atípico y no existir regulación de la misma son las partes quienes configuran el contrato de franquicia por medio de una serie de obligaciones que tienen

³⁰ Sentencia AP Madrid (sección 9 civil), núm. 20/2019 de 21 de enero.

³¹ *Real Decreto 2485/1988, de 13 de noviembre, por el que se desarrolla el artículo 62 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la regulación del régimen de franquicia, y se crea el Registro de Franquiciadores. Boletín Oficial del Estado, n° 15, de 17 de enero de 1996, pp. 1243-1254*

³² LÁZARO SÁNCHEZ, E.J. (2000). “El contrato de franquicia (Aspectos Básicos)”, En *Anales de Derecho, Universidad de Murcia*. n° 18, pp. 91-116

entre ellos. Para hablar del contenido del contrato es imprescindible hacer hincapié principalmente a la asistencia comercial y técnica, fuentes de aprovisionamiento, *Know-How*, exclusividad y duración.

4.1. ASISTENCIA COMERCIAL Y TÉCNICA

El franquiciador marca unas pautas y líneas de actuación conforme a las que se debe desarrollar el negocio. Esta asistencia puede darse en el ámbito publicitario, del diseño o estrategia, en el lanzamiento de productos, análisis de mercados, estrategias de ventas o administración entre otros.

4.2. FUENTES DE APROVISIONAMIENTO

Es posible que el franquiciador imponga a sus franquiciados la uniformidad de fuentes de aprovisionamiento de materias primas o cualquier otro producto o bien de equipo que resulte necesario para el lanzamiento de sus productos o servicios. Todo ello con un objetivo claro, salvaguardar la imagen de la franquicia, esto es, controlar exhaustivamente por parte del franquiciador las diferentes fuentes de aprovisionamiento para evitar ser relacionados con empresas problemáticas a la vista de la reputación social, como pueden ser aquellas que no respeten el medio ambiente, lleven a cabo prácticas sospechosas o no estén corrientes de las deudas fiscales.

4.3. *KNOW-HOW*

Resulta uno de los elementos más importantes a la hora de explotar una franquicia, Para el franquiciador se trata del elemento que le hace único y diferente al resto de competidores y por encima de todo ello, exitoso. Al tratarse de una serie de técnicas, recetas, procesos o conocimientos comerciales desconocidos para la sociedad convierte al *Know-How* en el verdadero reclamo a la hora de solicitar la explotación de esa franquicia. Normalmente son transmitidos a los franquiciados por medio de un manual operativo. Para el franquiciador se trata de una obligación la transmisión del *Know-How* mientras que para el franquiciado se trata de un derecho.

El *Know-How* se caracteriza por ser esencial, esto es, concede a quien lo posee una serie de ventajas indudables en relación con el resto de competidores que no poseen esa información. Esa ventaja puede darse en las relaciones comerciales, productos, servicios o estrategias de venta.

Por otra parte, su carácter exclusivo supone un gran beneficio para los franquiciados al tratarse de técnicas desconocidas para el resto de competidores y eso les permite tomar ventaja en el mercado correspondiente.

Además, el franquiciador no solo se preocupa de transmitir el llamado *Know-How* al inicio de la franquicia, sino que, continúa mejorando y perfeccionando el *Know-how* para renovar y competir en un mercado en evolución constante.

Son muchas las sentencias que definen el *know-how* como puede ser el caso de la **Sentencia TS (sala de lo civil), núm. 754/2005 de 21 de octubre** la cual señala “...*La doctrina pone de relieve la evolución de su ámbito, que circunscrito primero a los "conocimientos secretos de orden industrial", se extendió posteriormente a los de "orden comercial", es decir, pasó a identificarse con conocimientos secretos referidos indistintamente al campo industrial o comercial, incluidos los aspectos organizativos de la empresa, -secreto empresarial- [...]En sentido amplio se le ha definido como "conocimiento o conjunto de conocimientos técnicos que no son de dominio público y que son necesarios para la fabricación o comercialización de un producto, para la prestación de un servicio o para la organización de una unidad o dependencia empresarial, por lo que procuran a quien los domina una ventaja sobre los competidores que se esfuerza en conservar evitando su divulgación" [...]Y en la jurisprudencia de las Audiencias Provinciales, donde es objeto de numerosos pronunciamientos relacionados con contratos de franquicia, se manifiesta con una gran amplitud, y así se hace referencia a "metodología de trabajo"; "técnicas operativas"; "técnicas comerciales ya experimentadas"; "conjunto de conocimientos técnicos o sistemas de comercialización propios de franquiciador, como rasgo que le diferencia de otras empresas que comercian en el mismo tráfico"; "conjunto de técnicas y métodos para la instalación, comercialización y explotación, identificándose en la presentación de los locales, servicios prestados, productos, política de publicidad..."*³³

4.4. EXCLUSIVIDAD

Dependerá de lo pactado entre las partes del contrato. El franquiciador fija una determinada zona geográfica dónde el franquiciado tiene el derecho de explotar y

³³ Sentencia Tribunal Supremo (sala de lo civil), núm. 754/2005 de 21 de octubre.

desarrollar la actividad económica. De este modo el franquiciador no puede conceder la explotación de su franquicia dentro de los límites espaciales ya otorgados a otro franquiciado distinto. Su incumplimiento supondría un acto de competencia desleal. El incumplimiento del pacto de exclusividad supone la infracción de una obligación esencial como así señala la **Sentencia AP Alicante (sección 8 civil), núm. 152/2018 de 27 de marzo** “...no procede imponer a la demandada indemnización por daños y perjuicios y sí solo la restitución debida por razón de la resolución contractual de la que es responsable como consecuencia del incumplimiento del derecho de exclusividad por parte de la demandada y ha supuesto la infracción de una obligación esencial del contrato de franquicia [...] ha incumplido esencialmente el contrato de franquicia suscrito con la entidad González Al Cuadrado Sociedad Civil al haber vulnerado el pacto de exclusividad territorial de cinco años, siendo procedente declarar resuelto el contrato...”.³⁴

4.5. DURACIÓN

Son las partes las que libremente pactan la duración del contrato por mutuo consenso con carácter general. La duración del contrato pretende abarcar el espacio de tiempo necesario para la amortización de la inversión efectuada por el franquiciado. De ahí que la duración oscile, no necesariamente, de los 5 a los 10 años. La inversión del franquiciado es elevada generalmente y ello conlleva una duración mínima del contrato más elevada de lo normal en el mundo contractual. Respecto a las prórrogas y de igual modo que en la duración del contrato, son las partes las que estipulan en el contrato las condiciones de las mismas. Por regla general los contratos de duración inferior a 10 años comprenden una prórroga automática mientras que aquellos contratos con una duración superior a los 10 años pueden no incluir prórroga alguna. Por otro lado, la duración puede ser indefinida. Todo dependerá del pacto de voluntades de las partes al tratarse de un contrato atípico donde rige el principio de libertad recogido en el artículo 1255 del código civil.³⁵

³⁴ Sentencia AP Alicante (sección 8 civil), núm. 152/2018 de 27 de marzo.

³⁵ Puchades, D. (2019). *¿Cuánto dura el contrato de una franquicia?*. En: Franquicy. Página web que ofrece a empresas consejos sobre las franquicias. Consultado, en abril de 2020, en: <https://franquicy.com/>

5. CLASES DE FRANQUICIAS

Existen numerosos criterios para clasificar a las franquicias. En este punto se realizará dos tipos de clasificaciones, en primer lugar, a partir del elemento económico y, en segundo lugar, conforme a la particularidad de la franquicia.

5.1. DESDE LA PERSPECTIVA ECONÓMICA³⁶

Es el Reglamento (CEE) nº4087/88 de la Comisión de 30 de noviembre de 1988 relativo a la aplicación del artículo 3 del artículo 85 del Tratado a categorías de acuerdos de franquicia en su considerando tercero el que señala “ *Se pueden distinguir varios tipos de franquicia de acuerdo con su objeto: la franquicia industrial se refiere a la fabricación de productos; la franquicia de distribución se refiere a la venta de productos, y la franquicia de servicios se refiere a la prestación de servicios* ”³⁷. Además del reglamento 4087/88 es el profesor Vicent Chulià³⁸ el que señala la existencia de estas tres clases de franquicia. Por su parte Ortiz de Zarate incorpora la franquicia de producción a esa clasificación.

A) Franquicia de producción: En la **Sentencia AP Palma de Mallorca (sección 5 civil), núm.357/2011 de 9 noviembre** define la franquicia de producción de la siguiente manera “*El franquiciador es el propietario de la marca y el fabricante de los productos que distribuye a sus franquiciados*”³⁹. Reúne en un mismo individuo la propiedad de la marca y la fabricación de los productos por lo que la fuente de aprovisionamiento se reúne en el franquiciador que obliga de esta manera a comprar sus propios productos al franquiciado. Un ejemplo de la franquicia de producción sería empresas de moda que a través de sus franquiciados venden lo fabricado.

³⁶ Ideas adquiridas de LÁZARO SÁNCHEZ, E.J. (2000). “*El contrato de franquicia (Aspectos Básicos)*”, En Anales de Derecho, Universidad de Murcia.

³⁷ Reglamento (CEE) nº 4087/88 de la Comisión de 30 de noviembre de 1988.

³⁸ Chulià Vicent, E. y Beltrán Alandete, T. (2005). “Aspectos jurídicos de los contratos atípicos I”. Capítulo I “Contratos atípicos”

³⁹ Sentencia Audiencia Provincial Palma de Mallorca (sección 5 civil), núm.357/2011 de 9 noviembre.

- B) Franquicia industrial: En la **Sentencia AP Palma de Mallorca (sección 5 civil), núm.357/2011 de 9 noviembre** hace mención a la franquicia industrial “*En ella tanto franquiciador como franquiciado son dos industriales relacionados por un contrato de franquicia, mediante el cual el primero cede al segundo el derecho de fabricación, la tecnología, etc.*” Los medios de producción engloban las técnicas, procesos, tecnologías, derechos de fabricación u otros necesarios para la obtención de los productos que se pretenden comercializar y que son la base para el éxito de la franquicia. Un ejemplo de franquicia industrial sería Coca Cola que cede el derecho de fabricación y los medios necesarios para su elaboración al franquiciado.
- C) Franquicia de Distribución: En la misma **sentencia AP de Palma de Mallorca (sección 5 civil), núm.357/2011 de 9 noviembre** define a la franquicia de distribución “*El franquiciador selecciona una serie de productos fabricados por terceros, para que a su vez se distribuyan en sus unidades franquiciadas. De esta forma el franquiciado será un intermediario entre el franquiciador y el consumidor final.*” En otros supuestos, puede tratarse de un mero y simple centro de compras por medio del cual la franquicia selecciona los productos que decide distribuir en su plataforma, sin producir sus propios artículos. Es la franquiciadora la que decide que productos se van a comercializar dependiendo de las condiciones que le imponga los proveedores buscando el mayor beneficio para la red de franquicias. Además, el franquiciador proporciona al franquiciado un *Know-How* comercial con una experiencia contrastada. Un ejemplo de franquicia de distribución podría ser las relacionadas con los muebles donde el franquiciador actúa como una “central de compras”.
- D) Franquicia de Servicios: De nuevo la **Sentencia AP de Palma de Mallorca (sección 5 civil), núm.357/2011 de 9 noviembre** la define como “*... aquella franquicia en la que el franquiciador ofrece a sus franquiciados, no un producto, sino un servicio o un conjunto de servicios, mediante la transmisión de un saber hacer y de métodos originales y experimentados*” El franquiciador permite a sus franquiciados prestar y comercializar a terceros la fórmula de cualquier tipo de servicio de contrastado éxito y con una confianza entre los usuarios. Un ejemplo de franquicia de servicios sería las academias de idiomas o los talleres mecánicos.

5.2. DESDE LA PARTICULARIDAD DE LA FRANQUICIA

A) Franquicia principal o maestra: En la **Sentencia AP Elche (sección 9 civil), núm.75/2019 de 14 de febrero** en su fundamento segundo hace referencia a este tipo de franquicia de la siguiente forma “*Se entenderá por acuerdo de franquicia principal o franquicia maestra aquel por el cual una empresa, el franquiciador, le otorga a la otra, el franquiciado principal, en contraprestación de una compensación financiera directa, indirecta o ambas el derecho de explotar una franquicia con la finalidad de concluir acuerdos de franquicia con terceros, los franquiciados, conforme al sistema definido por el franquiciador, asumiendo el franquiciado principal el papel de franquiciador en un mercado determinado.*”⁴⁰

Un ejemplo de franquicia maestra o principal sería la relacionada con la llamada comida rápida o más concretamente con el caso de la franquicia “*Pressto*” la cual nació y se desarrolló con gran éxito, expandiéndose a nivel internacional.

F. Casa y M. Casabó complementa la clasificación ofrecida por Vicent Chulià y el Reglamento 4087/88 añadiendo a la misma la franquicia Corner y la llamada Shop in the shop.⁴¹

A) Franquicia *Corner*: La actividad comercial se lleva a cabo en un espacio físico que está integrado en el interior de un local. De esta manera ambos negocios o franquicias buscan una alternativa que solucione las necesidades de ambas empresas. En la **Sentencia AP Málaga (sección 4 civil), núm.405/2019 de 6 de junio** señala en su fundamento primero “*“la franquicia tipo córner”, está pensada para locales de menos de 25 m2, o zonas de menos habitantes, donde la inversión a realizar por el franquiciado es mucho menor a la franquicia estándar y se distingue de la franquicia estándar porque se trata de un apartado dentro de*

⁴⁰ Sentencia Audiencia Provincial Elche (sección 9 civil), núm.75/2019 de 14 de febrero.

⁴¹ Chulià Vicent, E. y Beltrán Alandete, T. (2005). “Aspectos jurídicos de los contratos atípicos I”. Capítulo I “Contratos atípicos”

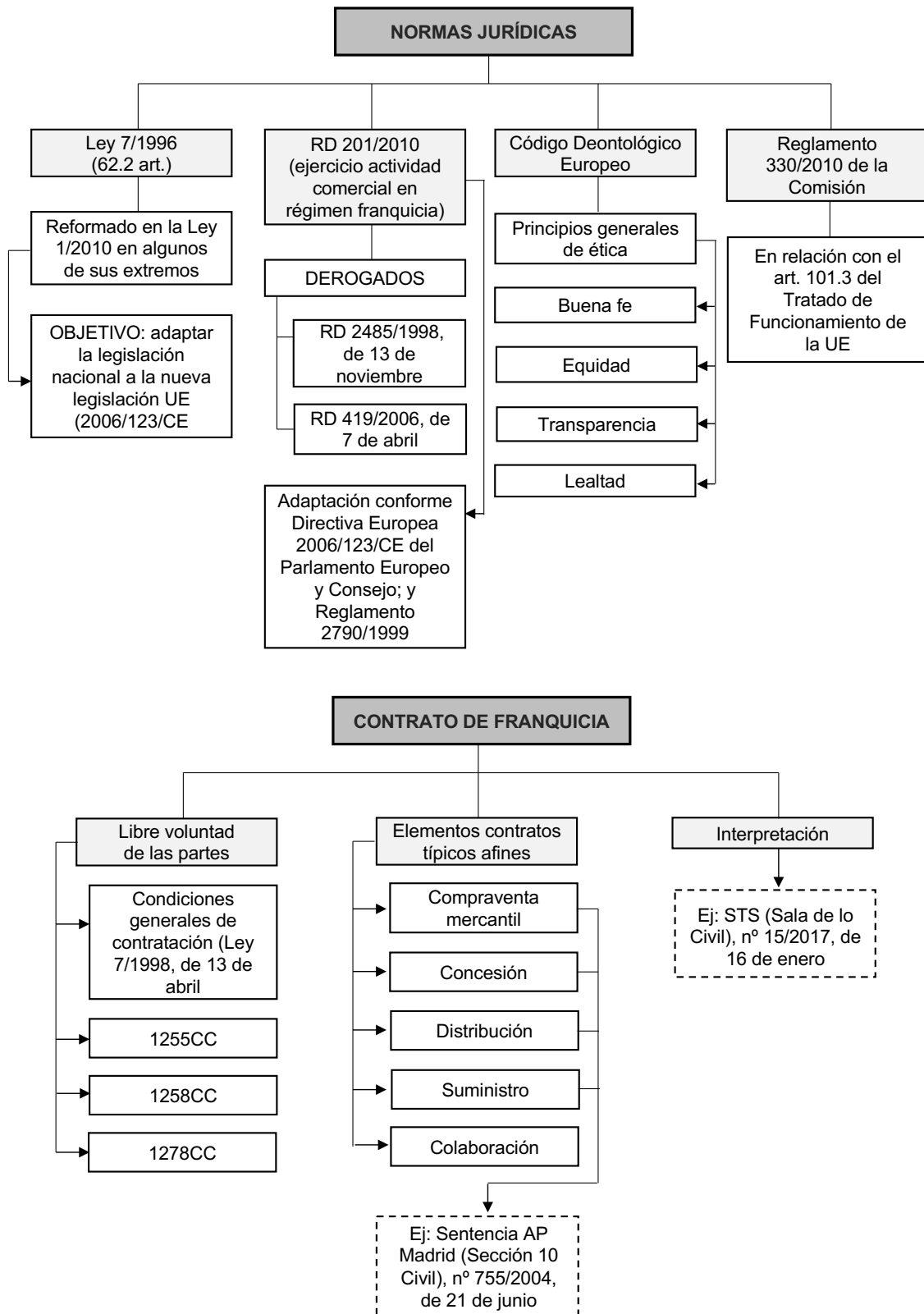
*una tienda, no es la tienda completa; el coste de inversión es menos de la mitad del de la franquicia estándar; puede vender mercancía de otras marcas, no requiere exclusividad; no requiere equipos informáticos, ni programas de gestión al poder vender otras marcas, por lo que no hay un control exhaustivo de las ventas de los productos de la franquicia; no tiene obligación de mantener el nombre comercial de la franquicia, puede poner cualquier nombre a su negocio, por lo que en cuanto a las características económicas de este tipo de franquicias”.*⁴² Un ejemplo de franquicia *Corner* sería la relacionada con la cosmética dentro de una peluquería.

B) Franquicia *shop in the shop*: Al igual que sucede con la franquicia *Corner*, comparte la ubicación del local con otro negocio, pero a diferencia de esta, no se engloba en la decoración del negocio principal o de mayor extensión. En este caso el negocio de menor extensión se desmarca de la decoración principal para fijar la decoración propia de la marca, creando un espacio con identidad propia, esto es, la identidad de la marca. Entre los diferentes ejemplos de esta franquicia podemos destacar los de un sector en especial, como es el de la llamada “fast food”.

⁴² Sentencia AP Málaga (sección 4 civil), núm.405/2019 de 6 de junio.

6. RÉGIMEN JURÍDICO

Figura 6.1. Régimen jurídico.



Elaboración propia, a partir de Asociación Española de Franquiciadores (AEF), Boletín Oficial del Estado (BOE) y Centro de Documentación Judicial (CENDOJ).

6.1. NORMAS JURÍDICAS APLICABLES

En relación con las normas jurídicas a tener en cuenta en la actividad comercial en régimen de franquicia, en primer lugar, la **Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista**⁴³. Esta ley pretende regular el establecimiento del régimen jurídico de las nuevas modalidades de venta al público que, al tratarse del ámbito mercantil, deben respetar los principios de libertad de contrato. Por otro lado, esta ley pretende avanzar hacia modernas estructuras comerciales como, además, al respeto a la libre competencia, para evitar con ello posibles abusos de una parte para con la otra.

Dentro de esta ley es el capítulo VI “De la actividad comercial en régimen de franquicia” la que nos interesa en este momento. En su artículo 62 “regulación del régimen de franquicia”. Se define la franquicia en los siguientes términos “*La actividad comercial en régimen de franquicia es la que se lleva a efecto 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*”.

Una vez explica el concepto de franquicia, el apartado 2 desarrolla lo correspondiente con la información precontractual necesaria para la toma de decisiones del franquiciado. Son muchos los conflictos que surgen en este punto, relacionados con el vicio del consentimiento del franquiciado. Es por ello un problema recurrente a la hora de acudir a la vía judicial o extrajudicial. El franquiciado toma una decisión con unos datos falsos o incompletos que le incitan a la toma de decisiones a partir de una información que no se ajusta con la realidad. Este apartado segundo establece la entrega de la información precontractual con una antelación mínima de 20 días a la firma del contrato o al pago de cualquier cantidad.

Esa información precontractual, según se indica en el referido artículo, debe incluir los datos principales de identificación del franquiciador, descripción del sector de actividad

⁴³ Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Boletín Oficial del Estado, nº 15, de 17 de enero de 1996, pp. 1243-1254.

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. Además, señala que será un reglamento el encargado de fijar las demás condiciones para el desarrollo de la actividad comercial en régimen de franquicia.

Aunque la ley 7/1996 siga vigente en el ámbito que nos interesa, el régimen de franquicia, la adaptación de la legislación nacional a la nueva legislación de la Unión Europea por medio de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea de 12 de diciembre⁴⁴, ha ocasionado una reforma en alguno de sus extremos que han conllevado la elaboración de la ley 1/2010, de 1 de marzo.⁴⁵

En segundo lugar, 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.⁴⁶

Previos a este Real Decreto y por ello derogados se encontraban el RD 2485/1998, de 13 de noviembre y el RD 419/2006, de 7 de abril.

La elaboración de este RD 201/2010 se centró en la necesidad de adaptar la legislación nacional a la legislación de la UE por medio de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea al igual que del Reglamento 2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del

⁴⁴ *Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior*. Diario oficial. nº 376 de 12 de diciembre, pp. 36-68.

⁴⁵ *Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista*. Boletín Oficial del Estado, nº 53, de 2 de marzo de 2010, pp. 20216-20225.

⁴⁶ *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*. Boletín Oficial del Estado, nº 63, de 13 de marzo de 2010, pp. 25037-25046.

artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

El Real Decreto 201/2010 se centra en los tratos preliminares, esto es, los pactos que se desarrollan previamente a la perfección del contrato y la responsabilidad precontractual en relación con la información precontractual y las responsabilidades que ello puede suponer al franquiciador en el supuesto de no informar adecuadamente al franquiciado de la situación de la franquicia, como puede ser vicios en el consentimiento del franquiciado. De igual manera que sucedía con el artículo 62.2 de la Ley 7/1996, dónde se señalaba el contenido que debía contener la información precontractual ofrecida al franquiciado, el RD 201/2010 en su artículo 3 “Información precontractual al potencial franquiciado” refiere un contenido de información precontractual próximo al que contiene la ley 7/1996.

El RD 201/2010 alude a datos como la identificación del franquiciador o de la compañía mercantil; 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; descripción general del sector de actividad objeto del negocio de franquicia; experiencia de la empresa franquiciadora con incorporación de la fecha de creación de la empresa, las principales etapas de su evolución y el desarrollo de la red franquiciada; contenido y características de la franquicia y de su explotación; estructura y extensión de la red en España, que incluirá la forma de organización de la red de franquicia y el número de establecimientos implantados en España y por último, los 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.

En tercer lugar, **el Código Deontológico Europeo de la franquicia** redactado por la European Franchise Federation. Como así señala su preámbulo en su apartado segundo *“El Código Deontológico Europeo de la franquicia es un conjunto práctico de reglas, esenciales, que rigen las relaciones entre un franquiciador y cada uno de sus franquiciado; que operan conjuntamente en el marco de la red de franquicias. Los principios generales de ética puestos de manifestó por este conjunto de disposiciones están sustentados en la buena fe, pues las relaciones entre franquiciador y franquiciado*

están basadas en la equidad, la transparencia y la lealtad, y contribuye a la creación de una relación de confianza entre las partes.”

Además, en el punto 4 de su preámbulo señala “*constituye el código de autorregulación de la industria de las franquicias y es una herramienta sumamente útil a las que pueden recurrir todos los interesados en la industria de las franquicias en Europa, en busca de orientación sobre la franquicia en general.*”⁴⁷

Por ello, este Código Deontológico Europeo no se trata más de una herramienta que sirve de orientación y ayuda sobre posibles dudas que puedan originarse. Por ello el Código trata de fijar una serie de principios por medio de los cuales cada Asociación miembro aplicará la normativa de cada país. No impone una norma a seguir, sino unos principios generales y comunes a todas las franquicias europeas que sirvan de base.

En relación con el Código Deontológico Europeo de la franquicia cabe destacar los principios generales directivos de la actividad comercial en régimen de franquicia. En esos principios rectores se recogen los diferentes compromisos de las partes para con el otro al igual que los compromisos que ambas partes asumen conjuntamente y que marcan el camino de la actividad comercial de la franquicia.

En cuarto lugar, el **Reglamento 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril** relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.⁴⁸

El artículo 101 en su apartado 1 señala “*Serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los estados*

⁴⁷ AEF (2016). “*Código Deontológico Europeo de la Franquicia*”. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores.

⁴⁸ *Reglamento (UE) n° 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.* Diario oficial. n° 102 de 23 de abril, pp. 1-7.

miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior.” Conforme a este artículo la práctica de la franquicia no estaba permitida, ya que podía restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior.

Pero el artículo 101 en su apartado 3 señala *“No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a [...] que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante.”* Es por ello y conforme a este artículo el que permite la práctica de la actividad comercial de la franquicia al no suponer una restricción a la competencia sino al contrario una mejora de la producción y de los avances técnicos, al igual que supone una reducción de costes y una mejor coordinación entre empresas.

Como así también señala en su considerando sexto este Reglamento 330/2010 *“Determinados tipos de acuerdos verticales, pueden mejorar la eficiencia económica de una cadena de producción o de distribución al permitir una mejor coordinación entre las empresas participantes. En concreto, pueden dar lugar a una reducción de los costes de transacción y distribución de las partes y optimizar sus niveles de ventas y de inversión.”*

Por ello este Reglamento desarrolla en su articulado las condiciones para acogerse a la exención del artículo 101.1 que posibilita los acuerdos, decisiones y prácticas que puedan afectar al comercio entre estados miembros y que pueden suponer falsear o restringir la competencia.

6.2. FUENTES DE LAS OBLIGACIONES DEL CONTRATO

Al tratarse de un contrato atípico, la fuente principal del contrato son las partes, las cuales se obligan entre ellas por mutuo consenso.

En relación con el contrato de franquicia, este se configura por **la libre voluntad de las partes**, esto es, por el mutuo consenso como así señala el artículo 1258 del Código Civil *“Los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento, y desde entonces obligan, no sólo al cumplimiento de lo expresamente pactado, sino también a todas las consecuencias que, según su naturaleza, sean conformes a la buena fe, al uso y a la ley.”*

Pero la libre voluntad de las partes tiene una serie de limitaciones. En el artículo 1255 del Código Civil indica” Los *contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente, siempre que no sean contrarios a las leyes, a la moral ni al orden público.*” Esto significa que lo pactado entre las partes no siempre es válido y hay que ajustarse a la ley, moral y orden público.

Además, el artículo 1278 del Código Civil señala “*Los contratos serán obligatorios, cualquiera que sea la forma en que se hayan celebrado, siempre que en ellos concurran las condiciones esenciales para su validez.*” De igual modo, supedita la validez del contrato al cumplimiento de las condiciones esenciales.

Al tratarse de un contrato atípico, en algunas ocasiones hay que acudir a elementos **de contratos típicos afines** para regular determinados aspectos mediante analogía. Es en la **Sentencia AP Palencia (sección 1 civil), núm.52/2003, de 28 de febrero**⁴⁹ donde se señala “*En el contrato de franquicia suscrito entre las partes no se menciona de forma expresa y clara la obligación por parte de la franquiciada de pagar las compras de productos objeto del contrato, pero resulta claro que dicha omisión no tiene efecto alguno, puesto que nadie discute la existencia de tal obligación (el carácter atípico del contrato de franquicia nos permite acudir a figuras afines como la compraventa mercantil para la regulación de aspectos como el que nos ocupa)*”. En este caso utiliza la figura de la compraventa mercantil para resolver las lagunas legales que sufre la figura de la franquicia y todo ello por medio de la analogía. Además de esta figura existen otras muchas a las que se pueden acudir en caso de ausencia o laguna legal como son el contrato de concesión, distribución, suministro y el de colaboración. Aunque se tiene principalmente en cuenta lo pactado entre las partes por mutuo consenso.

Finalmente, y en relación con los problemas que pueden surgir entorno al contrato de franquicia, habrá que estar a la **interpretación** de las cláusulas del contrato. Es la **Sentencia TS (sala de lo civil), núm.15/2017, de 16 de enero** la que señala “*Esta Sala, entre otras, en sus sentencias números 27/2015, de 29 enero y 274/2016, de 25 de abril ,*

⁴⁹ Sentencia AP Palencia (Sección 1 Civil), nº 52/2003, de 28 de febrero.

*con relación al alcance de la interpretación literal, como criterio o regla de la interpretación contractual, tienen declarado que: «[...] la interpretación literal colabora decisivamente en orden a establecer la cuestión interpretativa, esto es, que el contrato por su falta de claridad, contradicciones, vacíos, o la propia conducta de los contratantes, contenga disposiciones interpretables, de suerte que el fenómeno interpretativo deba seguir su curso, valiéndose para ello de los diferentes medios interpretativos a su alcance, para poder dotarlo de un sentido acorde con la intención realmente querida por las partes y de conformidad con lo dispuesto imperativamente en el orden contractual]»”.*⁵⁰ Por ello, la interpretación literal juega un papel fundamental a la hora de suplir las lagunas que puedan surgir en las cláusulas de un contrato de franquicia.

7. PRINCIPALES ASPECTOS LITIGIOSOS DEL CONTRATO

Lo que se pretende mostrar en este punto es una agrupación de los principales incumplimientos en las que incurren las partes por regla general, sin perjuicio de algún tipo de excepción.

7.1. RESPECTO AL FRANQUICIADOR

En relación con el franquiciador son cuatro los principales incumplimientos que surgen en relación con las obligaciones que le son propias y que conllevan un conflicto.

En primer lugar, la ausencia o insuficiencia de información precontractual por parte del franquiciador que conlleva un vicio en el consentimiento del franquiciado a la hora de tomar una decisión. Además, es común en estos casos el falseamiento de datos de índole económica que distorsionan la perspectiva del franquiciado en relación con las futuras ganancias. La **Sentencia AP Santa Cruz de Tenerife (sección 3 civil), núm. 378/2019, de 7 de octubre** hace referencia a este tipo de incumplimiento “... fue suscrito por el actor bajo una conciencia errónea de los elementos esenciales de la contratación, al no haber tenido acceso a las condiciones esenciales del contrato, lo que determina un efectivo error en el consentimiento al momento de la contratación determinante de la nulidad del contrato. En tal sentido, al actor, conforme consta, solo se le informó del

⁵⁰ Sentencia TS (sala de lo civil), núm.15/2017, de 16 de enero.

*plan de negocio, es decir, cómo debe funcionar el mismo (actividad de peluquería y estética) y más o menos sus costes, pero, ciertamente no de los elementos de la relación contractual, tales como sus derechos y obligaciones, el plazo de duración, las condiciones de resolución o renovación, las condiciones y contraprestaciones económicas, los pactos de exclusiva o las limitaciones a la libre disponibilidad del negocio.”*⁵¹

En segundo lugar, la ausencia de objeto, en relación con el *Know-How*. Esto conlleva o ya bien la resolución del contrato o la nulidad del contrato por falta de objeto del mismo. Así sucede en la **Sentencia AP Madrid (sección 19 Civil), núm. 367/2016, de 19 de octubre** donde la parte actora solicitaba “*se dictara sentencia por la que se declarase la nulidad del contrato de franquicia suscrito entre las partes el 11 de noviembre de 2012, -por inexistencia de "know-how"-, o, subsidiariamente su resolución por incumplimiento*”. En este supuesto no es estimada la pretensión de la actora al tener este conocimiento de la situación de la franquicia desde un primer momento. Es por ello que, en condiciones normales, la inexistencia de *Know-How* supondría la nulidad del contrato de franquicia ante la falta de objeto o lo que es lo mismo, ante la falta de un elemento esencial del contrato.

En tercer lugar, por vulneración del pacto de exclusividad que obliga al franquiciador de tal manera que este se compromete a conceder la explotación en exclusiva en un determinado espacio físico al franquiciado. Los conflictos en este punto vienen dados cuando el franquiciador permite que un tercer franquiciado o sujeto explote también esa marca en ese mismo espacio. La **Sentencia TS (sala de lo civil), núm. 532/2012, de 30 de julio** hace referencia a un conflicto de pacto exclusividad en un centro comercial donde dos franquiciados desarrollan su actividad en un mismo espacio.⁵²

En cuarto y último lugar, ausencia de asistencia técnica y comercial al franquiciado, que supone un incumplimiento de una obligación esencial del contrato. La **Sentencia AP Madrid (sección 9 civil), núm. 12/2010, de 12 de enero** señala “*Si a ello añadimos el pésimo estado financiero que la franquiciadora presentaba, su falta de asistencia técnica*

⁵¹ Sentencia AP Santa Cruz de Tenerife (sección 3 civil), núm. 378/2019, de 7 de octubre.

⁵² Sentencia TS (sala de lo civil), núm. 532/2012, de 30 de julio.

y comercial [...], mal cabe negar que estamos ante una serie de incumplimientos lo suficientemente importantes como para justificar la resolución contractual llevada a cabo por la franquiciada”⁵³

7.2. RESPECTO AL FRANQUICIADO

Respecto al franquiciado son tres los principales incumplimientos que surgen en relación con las obligaciones que le son propias y que conllevan un conflicto.

En primer lugar, el impago de royalties por parte del franquiciado, que corresponde a una obligación esencial del contrato, de ahí la importancia que conlleva este incumplimiento. En el supuesto de un incumplimiento recíproco entra en juego lo establecido en la **Sentencia TS (sección 1 civil), núm. 438/2018, de 11 de julio** que señala “*una interpretación de los arts. 1100 y 1124 del Código Civil conforme a la cual la franquiciadora no puede exigir el cumplimiento de las obligaciones a la parte contraria ni la resolución del contrato por el incumplimiento de la otra parte, si previamente no ha cumplido con sus propias obligaciones, lo que determinaría en este caso que la franquiciadora no podía exigir a la franquiciada el cumplimiento de las obligaciones que para esta resultan del contrato ni la resolución del contrato por incumplimiento de la franquiciada porque había incumplido el deber de información que le imponía el art. 62.3 de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.*”⁵⁴ Por todo ello queda claro que el incumplimiento de la información precontractual por parte del franquiciador o lo que es lo mismo, de una obligación esencial, imposibilitaría a este a la resolución del contrato en el supuesto del impago de royalties por parte del franquiciado. El incumplimiento de obligaciones esenciales por ambas partes, no le faculta a la resolución del contrato de forma unilateral.

En segundo lugar, la vulneración de la cláusula de no competencia post-contractual por parte del franquiciado una vez se haya puesto fin a la relación contractual que los unía. El límite temporal con carácter general para la no competencia post-contractual es de un año desde la finalización del contrato. Además, puede darse otros tipos de límites tales como el territorial (lugar dónde se ha desarrollado esa actividad) o el personal (local

⁵³ Sentencia AP Madrid (sección 9 civil), núm. 12/2010, de 12 de enero.

⁵⁴ Sentencia TS (sección 1 civil), núm. 438/2018, de 11 de julio.

donde se desarrolló esa actividad y, por ende, dónde está ligada la clientela generada durante años).⁵⁵

En tercer y último lugar, el incumplimiento del franquiciado por la comercialización de productos o proveedores no autorizados por parte del franquiciador. En **Sentencia AP Valencia (sección 9 civil), núm. 287/2008, de 13 de octubre** hace referencia al suministro de proveedores no autorizados con la excepción de su comunicación a la franquiciadora con una relación de precios, artículos y tarifas, con el objetivo de una posible reunión de la franquiciadora con el posible suministrador para negociar las condiciones. Todo ello en los supuestos en los que la lista de suministradores que facilitase el franquiciador no permitiese la entrada de nuevos proveedores. En el caso de que el franquiciador si permitiese que el franquiciado contratase con otros proveedores todo esto no sería necesario.⁵⁶

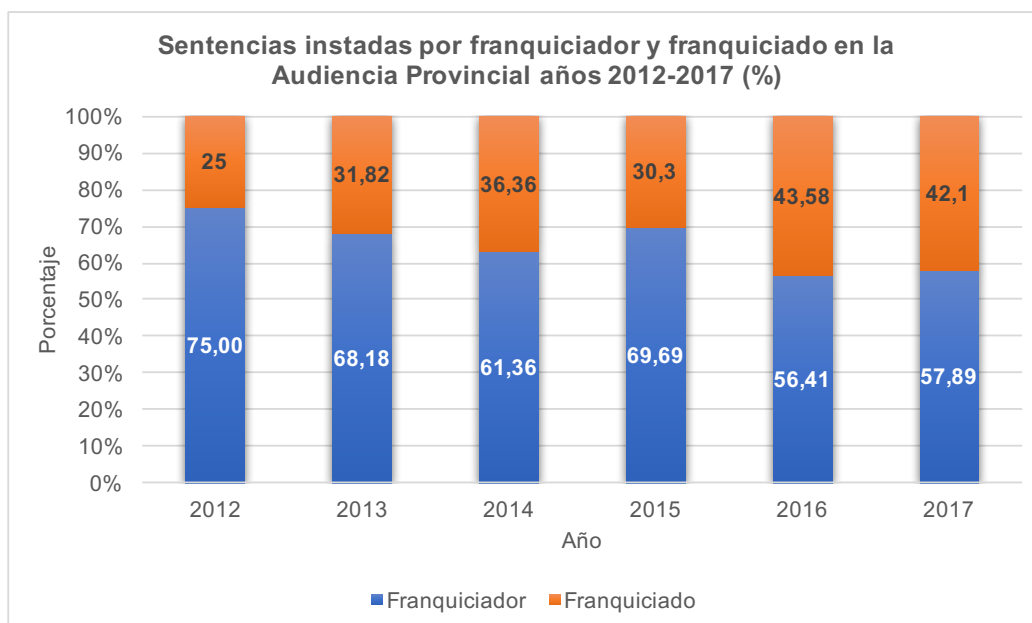
Una vez analizado los principales incumplimientos de las partes que llegan a vía judicial, analizaremos brevemente estas gráficas que muestran el porcentaje de sentencias instadas por una u otra parte como también el porcentaje de sentencias favorables a una y otra parte.

En esta primera gráfica, se puede observar como el porcentaje durante los años 2012 a 2017 las sentencias instadas por el franquiciador son considerablemente mayores a las que insta los franquiciados. Por su parte, las instadas por el franquiciado son muy inferiores. Una explicación alternativa para entender estos datos, puede estar relacionada con la capacidad económica que pueda tener el franquiciador, con la posibilidad de acudir a los tribunales con mayor facilidad respecto al franquiciado al cual acudir a los tribunales le puede suponer un trastorno económico de cierta entidad.

Gráfico 7.1.

⁵⁵ Peña Ochoa & Granados. (2019). *Cláusula de no competencia en el contrato franquicia*. 23 de noviembre de 2017. <https://penaochoagranados.com/franquiciado/clausula-no-competencia-contrato-franquicia/>

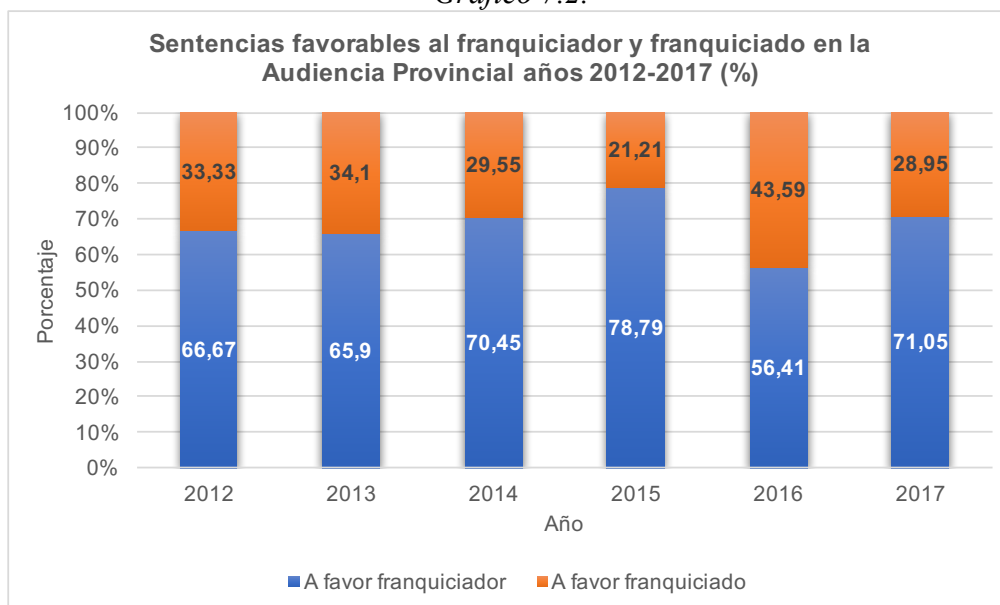
⁵⁶ Sentencia AP Valencia (sección 9 civil), núm. 287/2008, de 13 de octubre.



Elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de la publicación de la AEF (2018) "Observatorio de la Jurisprudencia de Franquicias en España. Años 2012-2017".

En la segunda gráfica, se puede contemplar entre los años 2012 a 2017 las sentencias favorables a una y otra parte. Es importante apreciar el porcentaje de sentencias que le son favorables al franquiciador, que está muy por encima respecto a las del franquiciado. Esto nos indica que es el franquiciado quién incumple en más ocasiones las obligaciones que les son atribuidas, mientras que el franquiciador las incumple en un menor número de veces. Dentro de las obligaciones incumplidas más recurrentes por parte del franquiciado es importante señalar las del pago de royalties y cánones al franquiciador.

Gráfico 7.2.

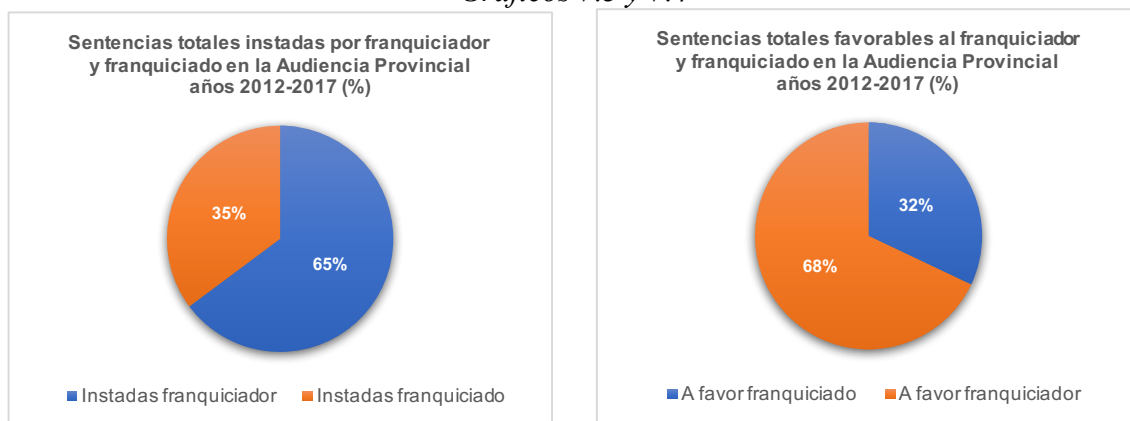


Elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de la publicación de la AEF (2018) "Observatorio de la Jurisprudencia de Franquicias en España. Años 2012-2017".

En conclusión, podemos afirmar que durante los años 2012 a 2017 la mayor parte de sentencias instadas lo fueron por el franquiciador. Además, el número de sentencias favorables también fueron en su mayoría referidas al franquiciador. Esto nos indica que, el franquiciador, no solo insta litigios en más ocasiones sino, que, además, también le son favorables en más ocasiones.

En estos dos diagramas de sectores, y a modo de resumen, se puede apreciar el porcentaje total de sentencias instadas y favorables para cada una de las partes durante los años 2012 a 2017, haciéndose evidente la superioridad de sentencias favorables e instadas en relación al franquiciador.

Gráficos 7.3 y 7.4



Elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de la publicación de la AEF (2018) "Observatorio de la Jurisprudencia de Franquicias en España. Años 2012-2017".

8.RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

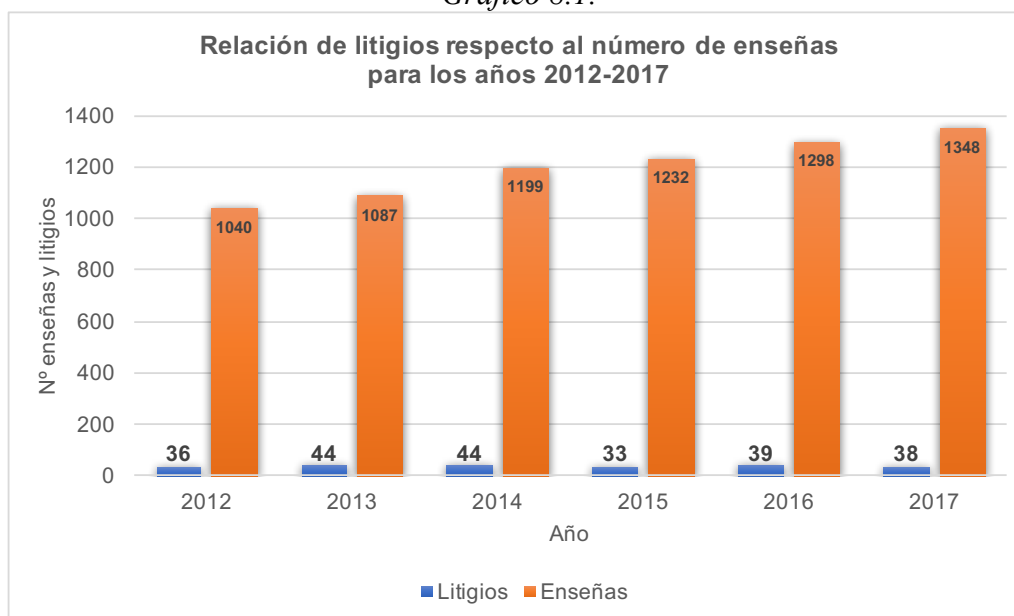
8.1. VÍA JUDICIAL

La resolución de conflictos entre franquiciador y franquiciado por la vía judicial es prácticamente inexistente. Como se puede observar en el siguiente gráfico, durante los años 2012 a 2017 el número de litigios presenta un nivel muy bajo en comparación con el de enseñanzas, con una media de 1200 durante los años de estudio. Además, el número de litigios no incrementa con el paso de los años, por lo que este método de resolución no asume protagonismo con el tiempo. Esto nos indica que las partes no acuden a esta vía de modo habitual o principal en los conflictos que puedan originarse entre ellas.

Entre algunas de las causas que pueden justificar estos datos que dejen una evidencia clara del escaso uso de esta alternativa podemos destacar las tres siguientes:

- La falta de especialización de los jueces y magistrados en materia de franquicias.
- El proceso se desarrolla en un amplio espacio temporal, lo que conlleva una pérdida de tiempo importante.
- La mala reputación e imagen que puede generar a una marca resolver sus conflictos por esta vía, en relación con futuros franquiciados.

Gráfico 8.1.



Elaboración propia, a partir de los datos obtenidos de la publicación de la AEF (2018) "Observatorio de la Jurisprudencia de Franquicias en España. Años 2012-2017".

8.2. VÍA EXTRAJUDICIAL

Como he señalado en el apartado anterior, los inconvenientes que puede originar acudir a la vía judicial dan paso a alternativas más cómodas y flexibles para la resolución de conflictos entre las partes. Los dos principales motivos que llevan a las partes a buscar métodos alternativos son la falta de flexibilidad en el proceso judicial y la excesiva duración del proceso. Por todo ello, las partes han buscado alternativas que solucionen los problemas que conlleva la vía judicial.

Dentro de la vía extrajudicial nos encontramos con el arbitraje, mediación y conciliación. Es en el arbitraje dónde haremos un especial hincapié por su importancia en la práctica.

8.2.1. Arbitraje

La ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje señala en su artículo 1 “*Esta ley se aplicará a los arbitrajes cuyo lugar se halle dentro del territorio español, sean de carácter interno o internacional...*”. Además, en su artículo 2 indica “*Son susceptibles de arbitraje las controversias sobre materias de libre disposición conforme a derecho*”.⁵⁷

En los últimos años el papel que asume el arbitraje en el panorama de la franquicia se debe a una serie de ventajas que resultan bastante atractivas para las partes en conflicto entre las que podemos destacar las siguientes:

- La agilidad en el procedimiento y en su cumplimiento. Esto se debe, en primer lugar, a un proceso más corto y, en segundo lugar, a un laudo que, a diferencia de la sentencia, es difícilmente recurrible.
- La preparación de los árbitros. A diferencia de lo que sucede con los jueces que no tienen un conocimiento denso y amplio en la materia, los árbitros son elegidos entre profesionales jurídicos con experiencia en el sector. Por ello, las decisiones de uno u otro profesional serán más exactas y fundadas que las del otro.
- La flexibilidad. En el arbitraje se permite la elección del número de árbitros, de la ley que se aplique a los árbitros, lugar de su celebración, el idioma...siempre y cuando sea un arbitraje de derecho y no de equidad. En oposición a la rigidez de la vía judicial.⁵⁸

Aunque existen ciertos inconvenientes en esta vía como puede ser el coste económico o la imposibilidad de recurrir el laudo arbitral (el laudo que dicta el árbitro con efectos similares a los de una sentencia), en la práctica es un método en auge por los beneficios que le supone a las partes y más especialmente al franquiciador. Es por ello que este, por

⁵⁷ Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje. Boletín Oficial del Estado, nº 309, de 26 de diciembre de 2003.

⁵⁸ HERMOSO DE MENDOZA, C. (2019). *Cómo se resuelven los conflictos entre franquiciados y franquiciadores*. <https://www.mariscal-abogados.es/como-se-resuelven-los-conflictos-entre-franquiciados-y-franquiciadores-en-franquicia-abril-2007/>

su papel en el contrato de franquicia, incluya esta vía para la resolución de futuros conflictos entre las partes contractuales.

8.2.1.1 Corte Española de Arbitraje

Se trata de una institución arbitral en el ámbito de la franquicia que intenta resolver los conflictos entre el franquiciador y el franquiciado. Su nacimiento se origina por la iniciativa de las asociaciones más relevantes de una y otra parte del contrato de franquicia.⁵⁹

Como señala el estudio realizado por el Consejo General de la Abogacía Española “*El arbitraje comercial en España*” en la Corte Española de Arbitraje “*administraron 54 casos, siendo apropiadamente el 30% de los casos ventilados por procedimiento ordinario (superior a 300.000 €) y, sectorialmente, un 50% del sector de la construcción*”.⁶⁰

Como más adelante se adjunta, señalar de forma sucinta los altos honorarios que suponen acudir a esta institución arbitral para la resolución de conflictos entre las partes, más concretamente, 49.579,54 €.

8.2.1.2 Asociación Europea de Arbitraje

La Asociación Europea de Arbitraje pactó un acuerdo con la Corte Española de Arbitraje por medio del cual la Asociación se compromete a llevar la gestión y promoción de los arbitrajes de la Corte Española de Arbitraje.

Por su parte la Asociación Europea de Arbitraje se trata de igual manera de una institución arbitral de España en el que el estudio “*El arbitraje comercial en España*” señala “*cierra*

⁵⁹ Asociación Europea de Arbitraje (2020). *Franquicia*. <https://www.asociacioneuropeadearbitraje.org/franquicia/>

⁶⁰ Consejo General de la Abogacía Española (2019). *El arbitraje comercial en España. Misión de arbitraje en Miami*. <https://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2019/07/Estudio-El-arbitraje-en-Espana-publicado.pdf>

2018 con 300 procedimientos registrados, siendo un 80% de ellos de índole inmobiliaria y siendo la cuantía media del procedimiento de en torno a 100.000€”.

En este caso los honorarios de esta institución arbitral son 23.453,50€, significativamente inferiores a los de la Corte Española de Arbitraje.

Como se puede observar en las siguientes dos imágenes, la página web de la Asociación Europea de Arbitraje permite calcular los costes de un hipotético arbitraje de una forma sencilla y cómoda.

En la primera imagen, podemos ver los campos que debemos cumplimentar para acceder a los costes reales del arbitraje.

Figura 8.2. Simulación coste arbitraje en la Asociación Europea de Arbitraje.

The image shows a web form for calculating arbitration costs. It includes three input fields: 'Cuantía' (Amount) with the value '10000', 'Tipo de Arbitraje' (Type of Arbitration) with the value 'De derecho' (Of right), and 'Número de árbitros' (Number of arbitrators) with the value 'Uno' (One). Below these fields is a 'CALCULAR' button. To the right of the form, there is explanatory text: 'Esta calculadora muestra los aranceles para gastos administrativos y para honorarios de árbitros (vigentes desde el 1 de enero de 2017, por lo que se aplican a las demandas de arbitraje recibidas desde esa fecha). El resultado será la provisión estimada para gastos de arbitraje (resultado meramente indicativo que no tiene implicaciones legales). Se debe tener en cuenta que: En caso de que la cuantía del procedimiento sea indeterminada se calculará la provisión de fondos sobre la base de 30.000 euros.'

Fuente: Asociación Europea de Arbitraje.⁶¹

Con tan solo rellenar la cuantía del conflicto, el tipo de arbitraje, en este caso, de derecho o de equidad y el número de árbitros podemos obtener el coste total desglosado por conceptos.

⁶¹ Asociación Europea de Arbitraje (2020). *Franquicia*. <https://www.asociacioneuropeadearbitraje.org/franquicia/>

Figura 8.3. Coste desglosado del servicio de arbitraje en la Asociación Europea de Arbitraje.

RESULTADO	
Los importes deberán incrementarse con el IVA correspondiente.	
ARBITRAJES DE DERECHO	
Derechos de Admisión de la Corte:	400€
Honorarios de administración:	429,00€
Honorarios de árbitro:	1.260,00€
- TOTAL HONORARIOS:	2.089,00€
PROVISIÓN DE FONDOS DEL DEMANDANTE	
Honorarios de Administración de la Corte:	214,50€
Honorarios de los árbitros:	630,00€
- TOTAL HONORARIOS (INCLUYE DERECHOS DE ADMISIÓN):	1.244,50€
PROVISIÓN DE FONDOS DEL DEMANDADO	
Honorarios de Administración de la Corte:	214,50€
Honorarios de los árbitros:	630,00€
- TOTAL HONORARIOS:	844,50€

Fuente: Asociación Europea de Arbitraje.

De todo ello podemos llegar a una conclusión clara y es que, aunque es cierto que el coste que supone el arbitraje en la Asociación Europea de Arbitraje es bastante inferior a la del resto de instituciones arbitrales, el coste que supone acudir a la vía del arbitraje es superior a la de la vía judicial. De ahí que las partes decidan libremente acudir a una u otra vía, siendo el arbitraje una alternativa muy efectiva y beneficiosa para las partes en relación con la vía judicial y más concretamente para el franquiciador.

Como ya se señaló anteriormente, en la siguiente tabla se puede observar no solo los honorarios que perciben de media cada una de las principales instituciones arbitrales que nos podemos encontrar en España, sino que, además, se indica la existencia de código deontológico, procedimiento abreviado, procedimiento online, segunda instancia y el número de artículos del reglamento de cada una de estas instituciones arbitrales.

En relación con las dos instituciones que se hacen mención, la Asociación Europea de Arbitraje está en disposición de Código Deontológico y procedimiento abreviado. Respecto a la Corte Española de Arbitraje, solo tiene disponible el procedimiento abreviado.

Tabla 8.4. Comparativa entre las principales instituciones arbitrales en España.

Nombre	Código Deont.	Proc. Abreviado	Proc. Online	2ª Instancia	Nº Arts. Reglamento	Honorarios
Asociación Europea de Arbitraje	✓	✓	✗	✗	52	23.453,50€
Corte Civil y Mercantil de Arbitraje	✗	✗	✗	✗	63	9.802,00€
Corte de Arbitraje de Madrid	✗	✓	✗	✗	52	26.269,10€
Corte de Arbitraje del ICAM	✗	✓	✗	✗	61	24.845,00€
Corte Española de Arbitraje	✗	✓	✗	✓	40	49.579,54€
Centro Iberoamericano de Arbitraje	✓	✓	✓	✗	44	27.690,00€
Sociedad Española de Arbitraje	✗	✓	✗	✗	27	No disponible
Tribunal Arbitral de Barcelona	✓	✓	✗	✗	50	21.049,89€

Fuente: Estudio “El arbitraje comercial en España” del Consejo General de la Abogacía Española.⁶²

8.2.2. Mediación

A diferencia de lo que sucede con el arbitraje, la mediación no es vinculante para las partes. La ley 5/2012 en su artículo 1 entiende la mediación como “*aquel medio de solución de controversias, cualquiera que sea su denominación, en que dos o más partes intentan voluntariamente alcanzar por sí mismas un acuerdo con la intervención de un mediador*”

Entre algunas de las ventajas de la mediación podemos destacar las siguientes:

- Confidencialidad (en la materia que se trate sin la publicidad que podemos encontrar en un juicio ordinario).
- Flexibilidad (no se impone un mediador, ni el lugar de celebración entre otros aspectos que en el caso de la vía judicial vienen fijados).
- Imparcialidad del mediador.
- Compatibilidad (se puede acudir en un primer momento a la mediación y posteriormente hacerlo a la vía judicial).

⁶² Consejo General de la Abogacía Española (2019). *El arbitraje comercial en España. Misión de arbitraje en Miami*.

- Dinamismo y ligereza en el procedimiento.
- Precio medurado.

Además de estas ventajas, cabe señalar que esta alternativa extrajudicial puede ser utilizada en numerosos supuestos. Desde los conflictos más sencillos hasta los más complejos del contrato de franquicia. Por ello no tiene ningún tipo de limitación dependiendo de la complejidad del asunto.

En muchas ocasiones son las partes quienes pueden imponer o implantar una cláusula en el contrato de franquicia ante posibles controversias entre el franquiciador y franquiciado. Con esta cláusula, las partes se comprometen acudir a esta vía extrajudicial como vía alternativa y previa a la vía judicial, fijando los elementos esenciales como pueden ser el idioma en el que se vaya a desarrollar dicha mediación, el lugar o el mediador encargado de llevarla a cabo entre otros extremos. Todo ello con el objetivo de evitar la falta de entendimiento a ultima hora y dejar todos los aspectos fijados y resueltos. alguna de las ventajas de acudir a esta vía son las siguientes:

- Es posible que sea instada por una sola parte, mientras que sin la existencia de dicha cláusula es necesaria la voluntariedad de ambas partes
- Con el acuerdo de iniciación de la mediación y durante toda ella se produce la suspensión de los plazos de caducidad y prescripción para la interposición de medidas judiciales.

8.2.3. Conciliación

Similar a la mediación, su principal diferencia se basa en la tercera persona que interviene. En la mediación, el tercero no impone, decide u opina mientras que en la conciliación el tercero, aunque no impone una solución como sí sucede en el arbitraje o en la vía judicial, el conciliador muestra su parecer en el asunto y eso contribuye a tomar una u otra decisión.

Por su parte se trata de una solución autocompositiva, en donde las partes deciden libremente someterse a este mecanismo de solución y donde además son estos quienes toman la decisión final. Este mecanismo pretende no perjudicar en demasía a una de las dos partes a la hora de tomar la solución. En el supuesto de no alcanzar una solución, y sin perjuicio de acudir a otras vías de solución extrajudiciales, las partes tendrán que acudir a la vía judicial.

9.CONCLUSIÓN

El modelo de negocio de la franquicia triunfa en las actuales sociedades modernas por los diversos y variados beneficios que proporcionan. Con una estructura y un funcionamiento autónomo, no cuenta con un régimen jurídico propio. Es por ello que deba acudir a la regulación de otras figuras afines.

Toda franquicia supone un contrato entre el franquiciador y el franquiciado en cuya virtud el franquiciador ofrece un modelo de negocio propio al franquiciado a cambio de una contraprestación económica. Este modelo de negocio incluye además de asistencia técnica y comercial, fuentes de aprovisionamiento, exclusividad en su explotación y no menos importante, el Know-How. Es por ello de lo complejo que puede suponer la transmisión de una determinada franquicia y la multitud de problemas y conflictos que pueden originar en cada uno de sus partes.

Con este trabajo se pretende poner de manifiesto los diversos conflictos que se originan en los contratos de franquicia entre el franquiciador y el franquiciado, conociendo de primera mano cuáles son los puntos de ficción más comunes en cada una de las partes. En un primer momento es posible pensar que la vía judicial es la principal opción para resolver los diferentes problemas que surgen entorno a este tipo de contratos. Profundizando e investigando sobre este asunto, se llega a la conclusión que la vía judicial no asume un papel protagonista en la resolución de conflictos en relación con los problemas que rodean al contrato de franquicia. Además, se observa cómo es el franquiciador quien insta el mayor porcentaje de litigios en relación con el franquiciado que lo hace en menor número.

Es por ello que las partes deciden acudir a otras vías alternativas como es el caso de la vía extrajudicial en la que se agrupa el arbitraje, la mediación y la conciliación. En esta vía alternativa las partes ven un sistema más flexible, breve y en alguna ocasión más económico respecto a la vía judicial.

Por todo lo analizado y expuesto, es conveniente perfeccionar las diferentes vías de resolución de conflictos. En relación con la vía judicial, se plantearía un modelo de litigio más abreviado y rápido que agilizaría los procesos, además de crear una jurisdicción propia que conllevaría la especialización de los jueces. Respecto a la vía extrajudicial, se impulsaría la bajada de precios que suponen acudir a esta vía.

10.BIBLIOGRAFÍA

MONOGRAFÍAS

AEF (2018). “*Observatorio de la Jurisprudencia de Franquicias en España. Años 2012-2017*”. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores. Estudio realizado por el Comité de Expertos Jurídicos de la AEF, con la colaboración del Grupo Cooperativo Cajamar. Segunda edición, 24 pp. Consultado, en mayo de 2020, en: <http://www.franquiciadores.com/segunda-edicion-del-observatorio-la-jurisprudencia-franquicias-espana/>

AEF (2016). “*Código Deontológico Europeo de la Franquicia*”. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores. Redactado por la European Franchise Federation. 7 pp. Consultado, en abril de 2020, en: <http://www.franquiciadores.com/que-es-la-aef/codigo-europeo-franquicia/>

BERMÚDEZ GONZÁLEZ, G.J. (2002). “*La franquicia: elementos, relaciones y estrategias*”, ESIC Editorial. Madrid, pp. 212.

CHULIÀ VICENT, E. y BELTRÁN ALANDETE, T. (2005). “Aspectos jurídicos de los contratos atípicos I” Capítulo I “Contratos atípicos”. Editor: José María Bosch. Barcelona.

Consejo General de la Abogacía Española (2019). *El arbitraje comercial en España. Misión de arbitraje en Miami*. En: ICEX y la Oficina Económica y Comercial de España en Miami para junio de 2019. Madrid: Consejo General de la Abogacía Española. Consultado, en marzo de 2010, en: <https://www.abogacia.es/wp-content/uploads/2019/07/Estudio-El-arbitraje-en-Espana-publicado.pdf>

LÁZARO SÁNCHEZ, E.J. (2000). “*El contrato de franquicia (Aspectos Básicos)*”, En Anales de Derecho, Universidad de Murcia, nº 18, pp. 91-116.

MOREJÓN GRILLO, A., “*El Contrato de Franquicia*”. Universidad de Málaga, Enciclopedia Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales. Consultado, en abril de 2020, en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/478/index.htm>

NORMAS JURÍDICAS

Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior. Diario oficial. nº 376 de 12 de diciembre, pp. 36-68. Consultado, en junio de 2020, en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex:32006L0123>

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Boletín Oficial del Estado, nº 15, de 17 de enero de 1996, pp. 1243-1254. Consultado, en abril de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/l/1996/01/15/7>

Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación. Boletín Oficial del Estado, nº 89, de 14 de abril de 1998. Consultado, en abril de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/l/1998/04/13/7/con>

Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje. Boletín Oficial del Estado, nº 309, de 26 de diciembre de 2003. Consultado, en marzo de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/l/2003/12/23/60/con>

Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Boletín Oficial del Estado, nº 53, de 2 de marzo de 2010, pp. 20216-20225. Consultado, en julio de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/l/2010/03/01/1>

Real Decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil. Boletín Oficial del Estado, nº 206, de 25 de julio de 1889. Consultado, en mayo de 2020, en: [https://www.boe.es/eli/es/rd/1889/07/24/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/rd/1889/07/24/(1)/con)

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. Boletín Oficial del Estado, nº 63, de 13 de marzo de 2010, pp. 25037-25046. Consultado, en julio de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2010/02/26/201>

Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre, por el que se desarrolla el artículo 62 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la

regulación del régimen de franquicia, y se crea el Registro de Franquiciadores. Boletín Oficial del Estado, nº 283, de 26 de noviembre de 1998, pp. 38859-38862. Consultado, en febrero de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/1998/11/13/2485>

Real Decreto 419/2006 de 7 de abril, por el que se modifica el Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre, relativo a la regulación del régimen de franquicia y el registro de franquiciadores. Boletín Oficial del Estado, nº 100, de 27 de abril de 2006, pp. 16271-16274. Consultado, en abril de 2020, en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2006/04/07/419>

Reglamento (CEE) nº 4087/88 de la Comisión de 30 de noviembre de 1988 relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a categorías de acuerdos de franquicia. Diario Oficial nº L 359 de 28 de diciembre de 1988, pp. 0046-0052. Consultado, en febrero de 2020, en: <http://data.europa.eu/eli/reg/1988/4087/oj>

Reglamento (CE) nº 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. Diario oficial. nº 336 de 29 de diciembre, pp. 21-25. Consultado, en junio de 2020, en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A31999R2790>

Reglamento (UE) nº 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas. Diario oficial. nº 102 de 23 de febrero, pp. 1-7. Consultado, en abril de 2020, en: <http://data.europa.eu/eli/reg/2010/330/oj>

SENTENCIAS

Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo civil), sentencia núm.5101/1996 del 27 de septiembre.

Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo Civil), sentencia núm. 164/1997 de 4 marzo. RJ 1997/1642.

Sentencia AP Palencia (Sección 1 Civil), nº 52/2003, de 28 de febrero.

Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 10 civil), núm. 755/2004, de 21 de junio

Sentencia Tribunal Supremo (sala de lo civil), núm. 754/2005, de 21 de octubre

Sentencia Audiencia Provincial Valencia (sección 9 civil), núm. 287/2008, de 13 de octubre

Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo Civil), núm.145/2009 de 9 de marzo.

Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 9 civil), núm. 12/2010, de 12 de enero

Sentencia Audiencia Provincial Palma de Mallorca (sección 5 civil), núm. 357/2011, de 9 de noviembre

Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo Civil) núm.485/2012 de 18 de julio.

Sentencia Tribunal Supremo (sala de lo civil), núm. 532/2012, de 30 de julio

Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 8 civil), núm. 189/2015, de 12 de mayo

Sentencia Tribunal Supremo (Sala de lo Civil), nº 15/2017, de 16 de enero.

Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 12 civil), núm. 10/2017, de 19 de enero

Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 11 civil), núm. 61/2017, de 20 de febrero

Sentencia Audiencia Provincial Bilbao (sección 4 civil), núm. 663/2017, de 25 de octubre

Sentencia Audiencia Provincial Alicante (sección 8 civil), núm. 152/2018, de 27 de marzo

Sentencia Tribunal Supremo (sección 1 civil), núm. 438/2018, de 11 de julio

Sentencia Audiencia Provincial Barcelona (sección 13 civil), núm. 567/2018, de 6 de octubre

Sentencia Audiencia Provincial Madrid (sección 9 civil), núm.20/2019, de 21 de enero

Sentencia Audiencia Provincial Elche (sección 9 civil), núm. 75/2019, de 14 de febrero

Sentencia Audiencia Provincial Barcelona (sección 14 civil), núm. 86/2019, de 19 de febrero

Sentencia Audiencia Provincial Málaga (sección 4 civil), núm.405/2019, de 6 de junio

Sentencia Audiencia Provincial Barcelona (sección 19 civil), núm.327/2019, de 14 de junio

Sentencia Audiencia Provincial Logroño (sección 1 civil), núm. 318/2019, de 2 de septiembre

Sentencia Audiencia Provincial Santa Cruz de Tenerife (sección 3 civil), núm. 378/2019, de 7 de octubre

PÁGINAS WEB

AEF (2020).” *Legislación*”. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores. Consultado, en abril de 2020, en: <http://www.franquiciadores.com/legislacion/>

Asociación Europea de Arbitraje (2020). *Franquicia*. En: Asociación Europea de Arbitraje, 2020. Consultado, en mayo de 2020, en: <https://www.asociacioneuropeadearbitraje.org/franquicia/>

Consejo General del Poder Judicial. *Centro de Documentación Judicial* (CENDOJ). <http://www.poderjudicial.es/search/indexAN.jsp>

HERMOSO DE MENDOZA, C. (2019). *Cómo se resuelven los conflictos entre franquiciados y franquiciadores*. En: Mariscal&Abogados, 2019. Consultado, en julio de 2020, en: <https://www.mariscal-abogados.es/como-se-resuelven-los-conflictos-entre-franquiciados-y-franquiciadores-en-franquicia-abril-2007/>

PUCHADES, D. (2019). *¿Cuánto dura el contrato de una franquicia?*. En: Franquicy, 21 de agosto de 2019. Consultado, en febrero de 2020, en: <https://franquicy.com/>

RAE (2014). *“Diccionario de La Lengua Española”*. Vigésima Tercera Edición.

PEÑA OCHOA & GRANADOS (2017). *Cláusula de no competencia en el contrato franquicia*. En: Peña Ochoa & Granados, Abogados. 23 de noviembre de 2017. Consultado, en junio de 2020, en: <https://penaochoagranados.com/franquiciado/clausula-no-competencia-contrato-franquicia/>

SP FRANQUICIAS (2017). *Evolución de las franquicias en España*. 29 de julio de 2017. Consultado, en agosto de 2020, en: <https://www.spfranquicias.com/evolucion-las-franquicias-espana/>

AEF (2017). *Gráficos de evolución de la franquicia en España*. 17 de marzo de 2017. Madrid: Asociación Española de Franquiciadores. Consultado, en marzo de 2020, en: <http://www.franquiciadores.com/wp-content/uploads/2017/03/Gráficos-de-evolución-de-la-franquicia-en-España.pdf>