

## FRANQUICIAS

### **CONCEPTO:**

Es un método de distribución de productos y /o servicios, en el que intervienen dos partes, donde el objeto a distribuir es un producto o servicio exitoso, que es original, distinto, con marcas( y tal vez patentes) registradas que ha sido desarrollado y probado durante un tiempo prudencial en por lo menos un establecimiento, comprobándose su viabilidad y donde existe un conocimiento factible de ser transmitido para su réplica y existiendo la intención de colaborar entre las partes para llegar a tal resultado, brindándose apoyo que incluye manuales operativos.

### **IDENTIDAD**

Si bien no es una condición determinante, es importante que el franquiciante tenga registrado su marca, logo y las distintas patentes a fin de amortizar la imagen cuanto antes y evitar problemas legales futuros, en un mercado carnavalesco.

Cerrando el circuito de esta información, les aseguro dos cosas, la primera es que ningún consultor puede mantener seriamente una teoría absoluta, habida cuenta que el mercado no lo permite, así como asegurar que es mejor invertir en una marca conocida o una nueva, de ninguna manera es una u otra, sería como pretender que usted camine en una pierna o mire con un solo ojo. Ambas están en el mercado y son recibidas por él, con vocación germinal.

La segunda, jamás realice una disponibilidad económica donde no están puestos sus sueños, recuerdo palabras de Wald Disney, cuando expresara: " si eres un soñador, crees en tus sueños, y pones todo para lograrlo, CORRERAS EL RIEZGO DE SER EXITOSO".

Quedo a vuestra disposición para ampliar la información en las distintas opciones marcarías que se encuentran bajo mi tutela de comercialización, cuyos rubros son: diario de franquicias, de picadas artesanales, inmobiliaria, cafetería, fast pasta, ocio y turismo y Fast Food. La inversión oscila desde la suma de dólares 3 mil hasta 15 mil. Ustedes pensarán que la cifra es exigua, tienen razón, pero lo es porque lo que primero me interesa como consultor es que amorticen la inversión en el menor lapso de tiempo posible.

### **TIPOS DE FRANQUICIAS**

Franquicia maestra, es la que corresponde a la suscripción del acuerdo de voluntades por la cual el franquiciante otorga exclusividad al franquiciado para desarrollar la franquicia en una determinada región (pueblo, provincia, etc.) otorgándole a la vez, la opción de sub-franquiciar el modelo de negocio entre los interesados locales.

**Franquicia individual:** es el clásico contrato entre un comerciante independiente que adquiere los derechos de explotar el modelo del empresario en una sola unidad.

**Franquicias múltiples:** es el caso anterior, agregada la facultad de abrir un número determinado de locales dentro de un área acordada. Se debe tener en cuenta que este contrato no acepta la posibilidad de sub-franquiciar.

**Franquicia córner:** son aquellas que se instalan en pocos metros cuadrados y forman parte integrante de un mega espacio o mega evento, como por ejemplo, un supermercado o meramente un discurso político o evento de disciplina deportiva. Estas pueden ser córner fijo o córner móvil.

**Franquicia de productos:** se trasmite la posibilidad de vender dentro de un local, determinados productos del franquiciante.

**Franquicia de servicios:** se trata del franquiciante otorgando su transferencia del saber hacer en la prestación de un determinado servicio como inmobiliaria, capacitación, asesoramiento contable, jurídico, etc.

**Franquicia de distribución:** si hablamos de tornillos, no franquiciamos la fábrica de tornillos, si no su distribución, el contrato lleva inserto y delimitada perfectamente la extensión zonal, permitida al franquiciado.

## **TERMINOS LEGALES EN FRANQUICIAS**

Se conoce como **franquiciante** a aquel ente que otorga las franquicias y quien tiene el objetivo de crecimiento comercial original y como **franquiciado** a quien recibe el derecho de explotación en función de las estrategias, modelos y reglamentaciones fijados por el primero. El franquiciado no tiene demasiada libertad de acción, ya que las características del mismo son impuestas por el franquiciante a través de lo que se conoce como "**Manual Operativo**", restricciones que representan su principal atractivo para los inexpertos. El Manual contiene el conjunto de documentos donde el franquiciante desarrolla toda la metodología de funcionamiento -del cual es imposible apartarse- y que respaldará el accionar de cada uno de los franquiciados.

El panorama se conforma, por un lado, con el contrato específico entre las partes, cuya naturaleza no difiere de acuerdo al tipo de negocio en particular, porque de las características generales participan la mayoría. Por el otro, se encuentra la explotación específica a franquiciar, que es lo que justifica la inversión de aquellos que se incorporan al sistema, porque es el nudo de la actividad.

El hecho económico se produce a través de la cesión de derecho de explotación de un negocio de características definidas, con la posibilidad de la explotación de marcas o patentes inherentes al mismo. La cesión es temporaria y dependerá de las condiciones generales del contrato, cuyo incumplimiento abortará la consecución del contrato. Los

distintos establecimientos no son propiedad del titular de la organización, sino que cada uno de ellos es instalado por su cuenta y cargo, por un individuo o grupo de ellos, a los cuales el titular otorga a cambio de un precio ( la franquicia ), el derecho de uso de sus signos distintivos, siempre y cuando aquellos se obliguen a seguir pautas en todo lo referente a la adopción de las características identificatorias de cada uno de los establecimientos, las que otorgan individualidad a la cadena frente al público

Los elementos principales de un contrato de franquicias son: **Honorario de ingreso o canon**. El pago de este canon otorga el derecho o licencia de operar un negocio, asociado con el uso de una marca, símbolo o logotipo.

**Regalías.** Son pagos realizados por el tomador mediante porcentuales sobre la facturación que realiza el otorgante, mientras dure el contrato. **Tasa de publicidad.** Reglamentación tendiente a la protección del prestigio de la marca, calidad y cualidad del producto y de su mercado, y asistencia del franquiciante al franquiciado, que se regula a través del manual operativo. Ejercicio de un control por el otorgante del producto o servicio sobre las prestaciones, debiendo dar asistencia de capacitación, en todos los campos de actuación del operador (tomador).

Todos estos, son algunos elementos que destacan las obligaciones de las partes en los distintos procesos previos y posteriores a la apertura del negocio. Todo aspirante a explotar los derechos de uso de una franquicia debe tener en claro las características del contrato. En este caso, un acuerdo debe contener un paquete de condiciones vinculadas con un sistema de uso múltiple y de negocios, fundamentado en el derecho contractual. Esto significa que el convencimiento transcrito al papel es ley entre las partes firmantes y no requiere, por tanto, el ajuste a una ley de franquicias; su único límite es el respeto al orden público. El franquiciador es quien acomete la elaboración del contrato, consciente de que el instrumento deberá reflejar las regulaciones, obligaciones, instrumentos de comprobación del cumplimiento de los mandatos y las consecuencias que acarreará para el franquiciado el incumplimiento del mismo. Por eso es necesario someter el texto legal a un estudio riguroso en manos de un profesional del derecho especializado en franquicias.

Generalmente muchos abogados sin experiencia en la materia “clonan” o adaptan contratos de otras franquicias, llevando al cliente a un futuro desastre comercial, puesto que cada empresa tiene una necesidad jurídica distinta. El contrato debe cumplir con la normativa legal vigente en la materia, pues de su cumplimiento dependerá la validez de las estipulaciones esenciales del contrato.

## MARCO JURIDICO

### Formalización

El convenio se materializará en un CONTRATO, donde se establecen los derechos y obligaciones de cada parte, en un lugar, por tiempos determinados.

- **La presentación o ambientación del negocio y la marca comercial, hacen que el público consumidor identifique como de manera uniforme el producto o servicio por cualquiera de las bocas de la cadena de franquicias.**
- El franquiciado es la marca del franquiciante, pero no puede usar la razón social del mismo.
- El franquiciado deberá tener su propia identidad legal y emitir todos los comprobantes de venta o de compra bajo su nombre.
- El franquiciado será dueño del negocio, pero sus decisiones quedarán acotadas a los términos del contrato.
- No deberán ser responsabilizadas ambas partes, es decir **FRANQUICIANTES Y FRANQUICIADOS**, por los actos –omisiones u obligaciones de alguno de la otra parte.
- Los **FRANQUICIANTES** no serán responsables de las omisiones y/ o obligaciones contraídas por los franquiciados ya sea si hablamos en términos financieros, como laborales, provisionales o fiscales.-

### **Características del contrato**

- **Bilaterales:** Entre partes que se obligan en forma recíproca, una a suministrar el conocimiento y el asesoramiento técnico, así como a otorgar el derecho de uso de la marca y / o patente, mientras que la otra aporta capital, trabajo e instalaciones.-
- **Entre personas.**
- **Atípico:** En la Argentina no existe una regulación legal específica para este.
- **Oneroso:** Los derechos que se otorgan recíprocamente nunca lo son a título gratuito, sino mediante el pago de determinadas contraprestaciones.
- **De tracto sucesivo:** Tiene continuidad en el tiempo, no termina con la firma de contrato.
- **Conmutativo:** En el contrato se determinan los derechos y obligaciones que corresponden a cada parte.
- **De cooperación:** existe un vínculo de colaboración entre partes.
- **Autónomo:** Las partes son jurídicamente independientes.

### **Consideraciones a tener en cuenta al redactar el contrato**

Se debe establecer:

- Se determinaran los pagos por las contraprestaciones.
- Se establecerá la obligatoriedad de aprovisionamiento de determinados proveedores.-
- Normas sobre la imagen del negocio y del producto o servicio objeto del contrato, acerca de la homogeneidad de los Franquiciados, sobre cuestiones de competencia, tendientes a evitar la deslealtad.
- Asegurar la uniformidad entre todas las operaciones ente los franquiciados.

- Determinar las normas laborales, provisionales, impositivas y contables. Disposiciones legales vigentes así como los usos y costumbres comerciales.
- Debe estar redactado por un profesional en la materia para evitar huecos que enturbien las futuras relaciones entre las partes.

### **Vigencia del contrato**

- La vigencia tendría que empezar a regir el mismo día de la firma del contrato o el primer día del mes próximo.
- El tiempo de contratación es de cuatro (4) años, renovables.

### **Renovación del contrato**

- En el contrato podrá figurar la renovación automática o se podrá tratar con la suficiente antelación al término del presente.
- Este tema se debe estipular en el primer contrato para que el Franquiciado sepa de antemano como ha de manejarse.

### **Rescisión del contrato**

- El contrato debe establecer clara y puntualmente en qué casos podrá rescindirse, sea por haberse incurrido en conductas que afectaran negativamente lo pactado o haberse dado situaciones que afectasen el normal desenvolvimiento del mismo, sea por culpa de la parte que hubiera incurrido en tales conductas o provocado tales situaciones.

### **Estipulaciones que debe contener el contrato**

- 1- Definición de las partes contratantes.
- 2- Constatación de la propiedad de la marca.
- 3- Objeto del contrato
- 4- Monto y forma de pago del derecho o canon de adhesión.
- 5- Monto, forma de cálculo y momento del pago de las regalías, si las hubiese.
- 6- Monto, forma de cálculo y momento de pago del canon de publicidad, si lo hubiese.
- 7- Determinación de la zona de exclusividad.
- 8- Duración del contrato
- 9- Obligaciones del franquiciante respecto del franquiciado
- 10- Obligaciones del franquiciado respecto del franquiciante
- 11- Procedimiento ante el eventual ingreso de nuevos socios en ambas partes o bien por traspaso del negocio.
- 12- Declaración expresa de la independencia del Franquiciado ante responsabilidades con terceros.
- 13- Cláusulas de la rescisión de contrato.
- 14- Cláusulas relativas al procedimiento por finalización del contrato.
- 15- Fecha lugar y firma.

### **REQUISITOS PARA LOS FRANQUISIADOS**

El franquiciado debe tener claro cuáles son los requerimientos para obtener la franquicia:

- 1- Experiencia en el rubro: obligatoria o no.-
- 2- Solvencia económica.
- 3- Garantías

#### **Datos del local:**

- 1- Dimensiones mínimas del local:
- 2- Población mínima
- 3- Ubicación del local
- 4- Llave en mano: si o no.-

#### **Datos económicos**

- 1- Canon de ingreso
- 2- Inversión inicial sin stock
- 3- Stock inicial
- 4- Inversión total
- 5- Regalías: % a pagar mensualmente o como se defina en el contrato.
- 6- Canon de publicidad
- 7- Facturación promedio anual x local
- 8- Promedio de empleados x local
- 9- Financiación disponible
- 10- Duración del contrato
- 11- Recupero

#### **Otros datos**

- 1- Franquicia exportable
- 2- Publicidad corporativa
- 3- Franquiciado activo o pasivo
- 4- Entrenamiento del franquiciado
- 5- Lugar y duración del entrenamiento
- 6- Manual de operaciones

#### **MARCA**

#### **Registro**

El franquiciante debe tener registrada su marca en el Registro Nacional de la Propiedad Industrial.

El Decreto N° 558/81 del 24/03/81, reglamentario de la Ley N° 22.362, establece todo lo referente a las clases de marcas de productos y servicios.-

#### **TRANSFERENCIA DE EXPERIENCIA**

El franquiciante debe facilitar el aprendizaje al franquiciado mediante:

- Cursos de formación previa.

- Cursos de actualización.
- Manual de operaciones: en el mismo se debe contemplar la filosofía de la empresa y los objetivos a lograr.-
- Instalaciones
- Publicidad
- Ventas
- Funcionamiento.

#### **VENTAJAS PARA EL FRANQUICIENTE**

- Rápida expansión
- Menor necesidad de capital para inversión en los locales.
- No se corren riesgos empresariales.
- Menos obligaciones a nivel de personal.
- Mayor presencia en el mercado
- Mejor llegada al consumidor

#### **DESVENTAJAS PARA EL FRANQUICIENTE**

- La marca podría ser afectada por mal manejo
- Debe compartir el negocio con terceros.
- Carece del control directo de los negocios
- Menor margen de utilidad bruta por local.

#### **CLAVES PARA ADQUIRIR UNA FRANQUICIA**

El primer aspecto a tener en cuenta es que el producto o servicio deba ser original y tendiente exitosamente a satisfacer las necesidades del mercado, con la comunicación y el impulso. Nadie dudaría de la conveniencia de adquirir una inmobiliaria. Tampoco de un expendio de hamburguesas, ni de comercializar un medio periodístico dirigido a un mercado existente, pero, hay que prestar mucha atención al: formato profesional y obviamente a las condiciones económicas. Si la marca no tiene todavía el crecimiento expansivo, no se debe pagar derecho de ingreso y las cláusulas y condiciones se deben discutir de igual a igual entre el comerciante franquiciado y el empresario franquiciante.

Si por el contrario ya tiene el crecimiento expansivo, debe tomar el trabajo de entrevistar a cada uno de los franquiciados. Leyó bien, ejemplo: si hay 30 modelos y el marcario me recomienda 10, empiezo por ver los otros 20.

La segunda y más importante clave es el saber hacer. El sistema operativo. El knowhow transferible, estimo que esta es la columna vertebral de la adquisición de una franquicia.

No es algo menor, ni tampoco se puede perpetuar en el tiempo, habida cuenta que la tecnología, el marketing, y el mercado es permanentemente cambiante. Los conocimientos que brindan el equilibrio de una empresa permitirá el éxito seguro en el crecimiento expansivo.

**+ PUNTOS IMPORTANTES DE UNA FRANQUICIA CONVENIENTE**

- a) Desarrollo económico de fácil clonación operativa
- b) Amplio mercado de crecimiento
- c) Fácil aprendizaje sobre la capacitación marcaría
- d) Muy buen plan de negocios
- e) Creatividad y actualización constante.

Llegando casi a una conclusión en esta etapa, habida cuenta que lo más importante es que se conozcan las partes, se acepten (simpatía/empatía) y a partir de allí se parta hacia un rumbo de estrecha colaboración y crecimiento recíproco, armonioso y constante.

- **(Ver anexo V)**

**+ CESION DE CONVENIO DE FRANQUICIA**

Para cesión de convenios en caso de que el dueño de una franquicia no quisiese seguir con ella se deberá generar un nuevo convenio que prolongue el periodo ya pautado.

- **(ver anexo VI)**