

El contrato de **franquicia**

Alejandro Tintoré
Yolanda Peña
Ana Naranjo

De Pascual-Marzo & Vilaseca

El Articulo que sigue analiza uno por uno todos los aspectos de obligado conocimiento del contrato de franquicia. Como sabemos la regulación legal de las franquicias es compleja existiendo normas comunitarias y nacionales que delimitan la libertad contractual de las partes. Acompaña a este artículo un esquema de contrato muy útil además de información de interés sobre diversos organismos públicos y privados que operan en el mundo de la franquicia.

Sumario

- **1. Introducción**
- **2. Definición de franquicia**
- **3. Marco legal**
- **4. Aspectos prácticos: directrices a seguir por las partes**
  - 4.1 Sesiones preliminares
  - 4.2 Información precontractual
  - 4.3 Plan de negocio
  - 4.4 Formación teórica y práctica del franquiciado
  - 4.5 Contenido del contrato de franquicia
- **ESQUEMA DEL CONTRATO DE FRANQUICIA**

1. Introducción

En una economía cada vez más competitiva y con mercados cada vez más globalizados, la franquicia se presenta como una fórmula efectiva para mantener la presencia en un mayor número de escenarios, potenciando al máximo el objeto social de la empresa. Es por ello que la franquicia ha pasado, en poco más de diez años, de ser una novedosa oportunidad de negocio, a ser la alternativa más importante para el pequeño comercio. Según datos proporcionados por la Asociación Española de Franquiciadores (A.E.F) el número de establecimientos franquiciados en el año 2000 creció un 11,4%, hasta alcanzar los 25.950 locales, dando trabajo a 121.965 empleados, un 28% más que en 1999.

Las estadísticas demuestran, por tanto, el asentamiento de esta modalidad de comercio, lo que ha contribuido a la aparición de un nuevo marco normativo que progresivamente ha ido delimitando un campo de actuación más regulado y protegido.

En el presente artículo se pretende aportar una visión práctica de las directrices que deben tenerse en consideración en toda incorporación a una red de franquicias, realizándose asimismo, un estudio detallado del marco legal aplicable y reproduciéndose un esquema de contrato de franquicia, en el que, de modo orientativo, se detallan las principales

obligaciones y derechos que debe contener el contrato de franquicia.

2. Definición de franquicia

La franquicia es un sistema de colaboración contractual entre dos empresas jurídica y económicamente independientes en virtud de la cual, una de ellas (franquiciador) cede a la otra (franquiciado), a cambio de unas determinadas contraprestaciones económicas, el derecho a utilizar una marca y demás derechos de propiedad intelectual o industrial, para comercializar determinados tipos de productos y/o servicios. La franquicia debe comprender por lo menos:

- El uso de una denominación o rótulo común y una presentación uniforme de locales.
- La puesta a disposición del Franquiciado del Know-how del Franquiciador.
- La prestación continua por el Franquiciador al Franquiciado de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del acuerdo.

3. Marco legal

En España (como ocurre en el resto de países europeos) el contrato de franquicia, se encuentra desprovisto de una regulación propia y específica, existiendo algunas referencias legislativas de carácter disperso.

Es por ello, que el contrato de franquicia se rige por las normas generales de los contratos, tanto de ámbito civil como mercantil (Código de Comercio, Ley de Patentes 11/1986, de 20 de marzo, Ley de Marcas 32/1988, de 10 de noviembre, Ley de Defensa de Consumidores y Usuarios 26/1984, de 19 de julio) y por aquellas normas que, con carácter específico, regulan determinados aspectos de la franquicia.

Dichas referencias específicas se encuentran en la legislación interna, así como en la legislación de la Unión Europea, tales como:

- El **artículo 62 de la Ley 7/1996** de Ordenación del Comercio Minorista.
- El **Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre.**
- El **Real Decreto 157/1992, de 21 de febrero, que desarrolla la Ley 16/1989 de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.**
- El **Reglamento UE Nº 2790/99, de 22 de diciembre.**

En el ámbito interno, el artículo 62 de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, sienta las bases de las obligaciones de información precontractual que vinculan al Franquiciador.

Dicho artículo, ha sido posteriormente desarrollado por del **Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre**, imponiendo la obligación a los Franquiciadores de facilitar al futuro Franquiciado determinada información precontractual, que permita a éste decidir libremente, y con conocimiento de causa, su incorporación a la red de franquicias.

Asimismo, con la aprobación del **Real Decreto 2485/1998, se crea el Registro Central de Franquiciadores cuyo objetivo es, por medio de la publicidad registral, facilitar un desarrollo de la actividad franquiciadora de modo más transparente**.

Este Registro depende de la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Economía. Tiene ámbito nacional y tienen obligación de inscribirse en él todas las empresas que vayan a desempeñar la actividad franquiciadora en el territorio de más de una Comunidad Autónoma. Del mismo modo, se prevé la posibilidad de que cada una de las Comunidades Autónomas cree su propio Registro de Franquiciadores, en el que deberán inscribirse aquellos Franquiciadores que tengan su domicilio social en la Comunidad Autónoma.

Además de la normativa interna reguladora de la obligación de información y obligaciones registrales, es necesario hacer mención a aquella **normativa (comunitaria e interna), que sin referirse de forma expresa al contrato de franquicia, incide directamente en el contenido del mismo. En efecto, los acuerdos de franquicia, incluyen, generalmente, pactos o cláusulas que, inicialmente**

podrían ser consideradas conductas prohibidas por las normas de Defensa de la Competencia (artículo 81.1 del Tratado de Roma y artículo 1 de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia).

No obstante, las normas de Defensa de la Competencia que prohíben tales acuerdos, pueden resultar inaplicables en caso de que estos acuerdos estén amparados por alguno de los Reglamentos de exención. Así ha ocurrido con la aprobación, en fecha 22 de diciembre de 1.999, del **Reglamento UE Nº 2790/99** (que sustituye el Reglamento CEE nº 4087/88), que regula la aplicación de las exenciones a los acuerdos verticales y prácticas concertadas.

En cuanto a la regulación nacional, existen referencias a lo que se consideran prácticas restrictivas de la competencia en:

- el **Real Decreto 157/1992, de 21 de febrero, que desarrolla la Ley 16/1989 de 17 de julio**, de Defensa de la Competencia, que declara lícitas y autoriza en el mercado nacional, las franquicias que cumplan con la legislación comunitaria;

- la **Ley de Competencia Desleal 3/1991, de 10 de enero**.

Finalmente, destacar que en Europa, ante la ausencia de una normativa específica del contrato de franquicia, se han venido desarrollando unos Códigos Deontológicos que definen la franquicia y aportan las bases por las que deben regirse tales contratos. Estos códigos son de obligado cumplimiento para los miembros de las asociaciones que lo redacten y los que con posterioridad lo suscriban.

El documento más importante elaborado en este sentido, es el "Código Deontológico Europeo de Franquicias", que aúna los códigos nacionales existentes y las normas vigentes en la Unión Europea.

Si bien el Código Deontológico Europeo de la Franquicia carece de rango normativo, en ocasiones, su aplicación adquiere carácter vinculante al añadirse como anexo a los contratos de franquicia, lo que impone a las partes, especialmente al Franquiciador, una especial obligación de solvencia moral y empresarial.

Datos que los franquiciadores deben facilitar al registro de franquiciadores

- Datos del Franquiciador, con indicación del CIF y de sus datos del Registro Mercantil.

- Relación de los derechos de propiedad industrial o intelectual objeto de la franquicia, así como los eventuales recursos que pesen sobre ellos.

- Memoria explicativa del negocio, de los centros que integran su red y de los que se han dado de baja en España en los dos últimos años.

- En el caso de un franquiciador principal ("master franquicia"), datos de su Franquiciador y de la duración de su contrato.

- Los franquiciadores están obligados a comunicar a la Autoridad competente de su Comunidad Autónoma, cualquier variación de sus datos en el plazo de tres meses desde que se produzca la variación; cada mes de enero los franquiciadores deberán actualizar los datos referentes a las altas y bajas de establecimientos propios o franquiciados producidos a lo largo del año.

4. ASPECTOS PRÁCTICOS: Directrices a seguir desde los primeros contactos de las partes hasta la firma del Contrato de Franquicia.

A la hora de celebrar un contrato de franquicia, y dado que, por lo general, los contratos de franquicia son redactados unilateralmente por la empresa franquiciadora (a fin de obtener la necesaria uniformidad entre los franquiciadores de la red), es aconsejable seguir unas pautas que permitan garantizar suficientemente los derechos del Franquiciado. Dichas pautas o directrices (que variarán en función del sector en el que opere la franquicia) podrían estructurarse del siguiente modo:

4.1. Sesiones preliminares: recopilación de información

La información es el primer paso para que el futuro Franquiciado pueda obtener un buen conocimiento de la Franquicia y sus particularidades. Por su parte, el Franquiciador necesita-

Información de interés

Organismos

• **Asociación Española de Franquiciadores (AEF)**
C/ Valencia nº 494, escalera derecha B, 1º 1ª
08013 Barcelona. - Teléfono: 93 265 22 37
http://www.franquiciadores.com

• **Registro Central de Franquiciadores**
(Dirección General de Comercio)
Paseo de la Castellana 162 - 28071 Madrid
Teléfono: 91 349 35 00

• **Registro de Franquiciadores de Catalunya**
Passeig de Gràcia nº 94 - 08008 Barcelona
Teléfono: 93 484 96 24

Buscadores

• **Buscador de franquicias:**
http://www.franquicias.org

• **Portal de franquicias:**
http://www.franchise.com

• **Código Deontológico de la Federación Europea de la Franquicia:**
http://www.gencat.es/treball/autoempresa/codideontologic.htm

• **Guía virtual de la Franquicia:**
http://www.franquicias.net

rá obtener del candidato una información mínima (tales como, su datos personales o corporativos y su proyecto) a los efectos de conocer su perfil y si éste puede ostentar la condición de "Franquiciado ideal".

En estas "sesiones informativas", el Franquiciador suele informar al candidato sobre los aspectos generales de la Franquicia mediante la entrega de un dossier. A su vez, el candidato rellenará un cuestionario con sus datos personales, económicos, profesionales, financieros o experiencia previa.

Esta primera puesta en contacto entre las partes, a menudo concluye con el denominado "Discovery day", consistente en una jornada en la que el Franquiciador presenta formalmente su Franquicia al candidato de una forma exhaustiva, incluyendo una experiencia práctica en el establecimiento.

4.2. Información precontractual. Precontrato

Para poder analizar más en profundidad la Franquicia y tomar una decisión definitiva, el Franquiciador está obligado a entregar al candidato una segunda documentación con información relevante, (la llamada "información precontractual" que impone el **artículo 3 del Real Decreto 2485/1998**) que incluye:

- Datos de identificación del Franquiciador
- Acreditación de tener concedido para España, y en vigor, el título de propiedad o licencia del uso de la marca y signos distintivos del Franquiciador.
- Contenido y características de la franquicia y de su explotación.
- Experiencia de la empresa franquiciadora.
- Estructura y extensión de la red en España. Número de establecimientos (altas y bajas) en los últimos años.
- Informe del sector y de la región donde se va a desarrollar el negocio.
- Un modelo de contrato de Franquicia.

La entrega de dicha documentación debe realizarse con una antelación mínima de 20 días a la firma del contrato definitivo de franquicia, según exige el referido artículo 3º del R.D. 2485/1998, de 13 de noviembre.

El candidato, por su parte, se compromete por escrito a no usar lo aprendido para ejercer la competencia y a no romper la confidencialidad sobre el material entregado, y en su caso, a devolverlo tal y como se le entregó, sin hacer copias.

En el mismo acto, el candidato hará entrega de una cantidad a cuenta, normalmente del 10% al 20% del canon de entrada (el canon de entrada de las distintas franquicias que operan en España va de las 500.000.-Pts a los 15.000.000.-Pts).

Es frecuente que ente el Franquiciador y el futuro Franquiciado suscriban un precontrato

("precontrato de franquicia"), a modo de contrato de reserva o de opción, que regirá el tiempo suficiente para que ambas partes estudien las condiciones del contrato final. En dicho precontrato, quedarán reflejadas, entre otras cuestiones, la formación teórica y práctica del futuro Franquiciado, la elaboración del "Business Plan", etc.

4.3. Plan de negocio

En este momento, se inicia la elaboración del Proyecto de Franquicia, en el que deberá analizarse, entre otros, los siguientes puntos:

- Plan de viabilidad del negocio.
- Búsqueda del local y alquiler o compra del mismo.
- Acondicionamiento del local.
- Búsqueda del personal.

4.4. Formación teórica y práctica del futuro Franquiciado

El Franquiciado debe llevar a cabo un curso de formación obligatorio en el que el Franquiciador le traslada el "Know How" (saber hacer) de la Franquicia, pudiéndose diferenciar entre una formación teórica (referente a los aspectos relativos al negocio y al sistema de Franquicia y a la propia relación contractual) y una formación práctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos en la formación teórica.

4.5. Contenido del contrato de Franquicia

Ante la ausencia de una regulación legal especifica, es aconsejable que el contrato de franquicia contenga, como mínimo, los siguientes apartados:

1. Identificación de las partes y explicación de su independencia, tanto jurídica como económica.
2. Objeto de la relación: el objeto fundamental de este tipo de contratos es siempre la cesión de una marca, con sus correspondientes identificaciones gráficas (rótulos, logotipos, etc.) pero también la transmisión de técnicas de venta, normas de explotación y gestión y todos los demás aspectos característicos de la Franquicia.
3. Manifestación por parte del Franquiciado, de su voluntad de adherirse a la cadena y por parte del Franquiciador de la aceptación de esta adhesión.
4. Concesión de zona de exclusividad
5. Derechos y obligaciones de ambas partes que incluirán todos los aspectos concretos de la relación, en especial, canon de entrada, royalties o cuota periódica.
6. Duración del contrato y previsión de prórrogas.
7. Causas de extinción del contrato.

Junto con el contrato, el Franquiciador suele entregar al franquiciado el Manual del Franquiciado. El Manual, contiene, en definitiva, aquellas pautas o directrices básicas de organización del negocio franquiciado que la experiencia del Franquiciador ha demostrado ser útil para el buen funcionamiento de la franquicia. Sería en cierta forma el compendio por escrito del Know-how del Franquiciador. De ahí el carácter secreto del manual y las fuertes penalizaciones y restricciones que suelen establecerse en los contratos de franquicia para evitar que el manual pueda ser conocido por terceras personas ajenas a la franquicia.

El Manual suele dividirse en diferentes apartados:

- Manual de imagen corporativa: recoge la imagen global corporativa y la sistematiza para su posterior utilización.
- Manual de instrucciones para la instalación de la tienda.
- Manual operativo de funcionamiento: Reúne las instrucciones que el Franquiciador facilita al Franquiciado para la gestión del punto de venta. Su contenido suele estar dividido en tres partes:
  - Instrucciones de funcionamieno general del punto de venta y filosofía del negocio.
  - Instrucciones administrativas y de facturación
  - Instrucciones relativas a la publicidad del local y campañas de promoción

ESQUEMA CONTRATO DE FRANQUICIA

I.- REUNIDOS

II.- INTERVIENEN

III.- MANIFIESTAN

IV.- PACTOS

PRIMERO.-Definiciones

A los efectos del contrato, los términos que a continuación se relacionan tendrán la significación que en este PACTO se les atribuye:

- **CANON DE ENTRADA:** Se entiende por tal el importe en pesetas que EL FRANQUICIADO debe satisfacer a EL FRANQUICIADOR antes de iniciar la explotación del ESTABLECIMIENTO.

- **CANON DE FRANQUICIA:** se entiende por tal la suma mensual (trimestral…) que EL FRANQUICIADO debe satisfacer a EL FRANQUICIADOR.

NOTA: *La cantidad correspondiente al canon de franquicia puede establecerse de diversos modos, siendo los más utilizados en la práctica los siguientes:*
  - *Una cantidad fija y otra variable en atención al número de empleados de EL FRANQUICIADO.*
  - *Una cantidad equivalente al …% de facturación que gire EL FRANQUICIADO por los productos vendidos y los servicios prestados a sus clientes.*

- **DOCUMENTO DE INICIO DE ACTIVIDAD:** Se entenderá por tal, el documento en el que conste la conformidad de EL FRANQUICIADOR a que se inicie la explotación del ESTABLECIMIENTO y la fecha en que tal explotación deba iniciarse.

- **ESTABLECIMIENTO:** Se refiere al local o tienda donde EL FRANQUICIADO viene explotando el negocio objeto del presente contrato.

- **IMAGEN:** El término comprende la imagen y aspecto físico de los locales ……, los cuales están diseñados de acuerdo con un plan estándar vigente en la actualidad para estos locales y que incluye indicaciones sobre rótulos, letreros, combinaciones de material, acabados, alumbrado, mobiliario y material.

- **EL MANUAL:** Libro que contiene los datos sobre la explotación, formación y las instrucciones de explotación permanente.

- **MARCAS …….:** Hace referencia a todas las patentes, marcas comerciales, marcas de servicio, nombres comerciales, diseños, logos, símbolos, emblemas, insignias, letreros, eslóganes, copyrights, información útil, dibujos, planos y otros derechos de propiedad industrial, sean cuales sean, poseídos por EL FRANQUICIADOR o bien licenciados a él y disponibles ahora o en el futuro y que sean adoptados o se designen para utilizarlos en relación con el **SISTEMA ……..**

- **PRODUCTOS …..:** Se entenderán por tales, los productos de suministro exclusivo por parte de EL FRANQUICIADOR y que, por tanto EL FRANQUICIADO no podrá obtener de otra fuente distinta de las señaladas por EL FRANQUICIADOR.

• **CANON de Publicidad:** Se entiende por tal la contribución de EL FRANQUICIADO para la realización de campañas de marketing y publicidad a nivel global encaminadas a potenciar la imagen de marca y el conjunto de centros franquiciados.

• **SISTEMA ….:** Se entiende por tal:

A) Un diseño reconocido, decoración y combinación de colores determinado para los ESTABLECIMIENTOS.

B) Los Materiales y distribución del establecimiento

C) El Formato, calidad y uniformidad de los servicios que se ofrecen, y

D) Los procedimientos para el control de la gestión

SEGUNDO.- Objeto de la franquicia

EL FRANQUICIADOR otorga a favor de EL FRANQUICIADO, y éste a su vez acepta, una franquicia como franquiciado de …. según los siguientes términos:

...

TERCERO .-Localización del ESTABLECIMIENTO

(Determinación del lugar de explotación de la franquicia)

CUARTO.- Zona de exclusividad

(Determinación de la zona)

QUINTO.- Obligaciones de las partes

5.1 Obligaciones de EL FRANQUICIADOR

5.1.1 Know-How y Asistencia Técnica.-

5.1.2 Formación del personal

- Formación Inicial
- Formación continuada del personal de EL FRANQUICIADO

5.1.3 Suministro de productos:

5.2. Obligaciones de EL FRANQUICIADO

5.2.1 Canon de entrada:

- Satisfacer a EL FRANQUICIADOR un canon de entrada por importe de ----- ptas, pagadero en su totalidad a la firma del contrato de franquicia.

5.2.2 Canon mensual:

- Satisfacer mensual (trimestralmente…) una cantidad equivalente al ---% de la facturación obtenida por los productos vendidos y/o los servicios prestados a sus clientes.
- Forma, tiempo y lugar de pago
- A los efectos del pago, se obliga a remitir a EL FRANQUICIADOR mensualmente la relación de las ventas efectuadas en dicho plazo dentro de los --- días siguientes a la finalización del mismo.

5.2.3 En cuanto al ESTABLECIMIENTO:

- Decoración del ESTABLECIMIENTO de conformidad con las directrices de EL FRANQUICIADOR y según resulta del MANUAL.

- No alterar, sin el consentimiento expreso y por escrito de EL FRANQUICIADOR el diseño del ESTABLECIMIENTO.
- Realización de las modificaciones de decoración, propuestas por EL FRANQUICIADOR.
- Contratación de seguros.

5.2.4 En cuanto al personal empleado:

- Completar el programa de formación que ofrece EL FRANQUICIADOR.
- Contar siempre en el ESTABLECIMIENTO con un número suficiente de empleados.
- Uniformidad de los empleados.

5.2.5 Signos distintivos:

- Usar el nombre comercial ....., el rótulo de establecimiento ..... y la marca ....., única y exclusivamente en conexión con los productos y servicios objeto de la franquicia y con el ESTABLECIMIENTO.
- Abstenerse de utilizar, cualquier signo distintivo diferente de los aprobados por EL FRANQUICIADOR para su uso en el ámbito de la franquicia.

5.2.6 Know-How

- Reconocimiento del derecho que sobre el conjunto del know-how comercial/técnico ostenta en exclusiva EL FRANQUICIADOR, y comprometerse a utilizarlo en la gestión de su establecimiento con exclusión de otros, explotando la franquicia en todo momento de acuerdo con las directrices del citado Manual.
- Carácter confidencial y reservado de la información y know-how comercial/técnico recibidos del FRANQUICIADOR.
- Obligación de no divulgación.

5.2.7 Manual:

- Cumplir con lo establecido en el Manual y con las modificaciones, revisiones y adiciones hechas al mismo por EL FRANQUICIADOR.
- Devolver AL FRANQUICIADO el manual al vencimiento del contrato.

5.2.8 Productos y suministros:

- Garantizar a EL FRANQUICIADOR la exclusividad en el aprovisionamiento de los productos objeto de la franquicia.
- Satisfacer el precio de los PRODUCTOS en la forma y plazo que se pacte.

5.2.9 Materiales publicitarios y de promoción:

- Utilizar, vender o distribuir únicamente los materiales publicitarios o de promoción, eslóganes u otros elementos, previamente autorizados por escrito por EL FRANQUICIADOR, durante el período y propósitos fijados.
- Consultar a EL FRANQUICIADOR cualquier actividad de marketing con relación al ESTABLECIMIENTO.

5.2.10 Entrada e inspección:

- Permitir la entrada a EL FRANQUICIADOR en el ESTABLECIMIENTO, con la finalidad de inspeccionar el funcionamiento del local de negocio.

5.2.11 Información financiera:

- Llevanza de libros y registros de ventas de todos los PRODUCTOS.
- Derecho del FRANQUICIADOR a revisar los registros de EL FRANQUICIADO correspondientes a las ventas de los PRODUCTOS.

5.2.12 Quejas de los clientes:
- Informar a EL FRANQUICIADOR de cualquier queja de los clientes.
- Cooperación en la resolución de dichas quejas.

Sexto.- Publicidad
- Canon de publicidad. Importe forma, tiempo y lugar de pago.
- Posibilidad de publicidad directa del FRANQUICIADOR.

SEPTIMO.- Compras mínimas

EL FRANQUICIADO se obliga a realizar al FRANQUICIADOR una cifra mínima de compras que se fija en _____

OCTAVO.- Competencia desleal

Durante la vigencia del contrato EL FRANQUICIADO, se obliga de forma expresa a:
- No ejercer ni directa o indirectamente actividad alguna que afecte a productos o servicios de la competencia.
- No adquirir ni directa o indirectamente participación o derecho alguno, ni prestar servicios, colaborar o ser empleado en negocios y/o empresas que se dediquen a productos o servicios de la competencia.

NOVENO.- Independencia de EL FRANQUICIADO

9.1 La concesión de la presente franquicia no supone en ningún caso la creación de un vínculo laboral entre EL FRANQUICIADOR y EL FRANQUICIADO (caso de ser éste una persona física). Al contrario, la franquicia otorgada en este contrato se configura como negocio propio del FRANQUICIADO, que éste conducirá a su propio riesgo y ventura asumiendo los resultados del mismo.

9.2 EL FRANQUICIADO no está autorizado a presentarse como socio, agente o representante del FRANQUICIADOR, ni tendrá ninguna representación, expresa o tácita, para actuar en su nombre.

DÉCIMO.- Duración del contrato
- El contrato de franquicia comenzará su vigencia el día de la firma del mismo, y estará en vigor por un período de ---- año/s.
- Se prorrogará automáticamente por sucesivos períodos de ---- año/s a partir de su vencimiento, a menos que cualquiera de las partes notifique a la otra por escrito con ---- meses de antelación a la fecha del vencimiento inicial o de cada período de prórroga, su deseo de no renovarlo.

UNDECIMO.- Causas de extinción anticipada del contrato

Son justas causas de extinción del contrato por voluntad unilateral de EL FRANQUICIADOR, previo aviso por escrito a EL FRANQUICIADO, y sin perjuicio de cualesquiera otros derechos que pueda corresponderle, y sin compensación para EL FRANQUICIADO, las siguientes:

a) El incumplimiento de EL FRANQUICIADO de cualquier obligación derivada del contrato.

b) La disolución de la sociedad, el embargo, la solicitud de suspensión de pagos o la declaración de quiebra de EL FRANQUICIADO

c) Si EL FRANQUICIADO cesa de llevar a cabo en cualquier momento el negocio en el ESTABLECIMIENTO sin el previo consentimiento por escrito de EL FRANQUICIADOR.

d) Si EL FRANQUICIADO pone en duda la validez de las MARCAS … o los derechos de EL FRANQUICIADOR sobre el SISTEMA …..

e) Si EL FRANQUICIADO no pone remedio a ninguna de las siguientes infracciones durante los cinco días siguientes a la notificación por parte de EL FRANQUICIADOR por la que se le exige remediarlas:

- Incapacidad de llevar el ESTABLECIMIENTO de acuerdo con las normas de explotación contenidas en el MANUAL en relación con la especificación de productos (incluyendo la venta de productos no autorizados), limpieza, salud e higiene;
- El uso de marcas comerciales o de servicio, eslóganes o material promocional o publicitario que no tengan la aprobación de EL FRANQUICIADOR.

f) Si EL FRANQUICIADO se dedica a actividades prohibidas en el PACTO NOVENO, o bien revela algún secreto comercial de EL FRANQUICIADOR.

g) Si EL FRANQUICIADO deliberadamente realiza declaraciones falsas y engañosas con la finalidad de obtener este Contrato.

DECIMOSEGUNDO.- Solución Controversias
(arbitraje / sumisión a juzgados y tribunales)

Y en prueba de conformidad las partes firman el presente contrato por duplicado en el lugar y fecha indicado en el encabezamiento.

EL FRANQUICIADO EL FRANQUICIADOR