

LA NEGOCIACIÓN DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

Jordi Ruiz de Villa
Socio. Departamento de Distribución y Franquicias
J AUSAS
Asesor legal AEF

Suele ser bastante habitual que en cadenas de franquicia muy consolidadas, con una larga trayectoria de expansión, donde además no se suele permitir que sus franquiciados tengan un grupo numeroso de establecimientos o unidades de negocio, se tenga la impresión que el franquiciado no está en disposición de negociar el contrato de franquicia que vaya a suscribir.

Ante todo hay que tener en cuenta que no todos los pactos del contrato son, por la propia naturaleza del contrato de franquicia, negociables. El franquiciador necesita de una herramienta uniforme para gobernar la red, y esta herramienta es un contrato a medida de las necesidades de su negocio, que establezca las bases para hacer respetar el modelo de negocio imponiendo unas obligaciones claras.

La pregunta es, ¿qué aspectos son negociables? ¿Cómo los identificamos? La respuesta es sencilla pero no obvia: se podrán negociar aquellos aspectos ligados no directamente al negocio objeto de franquicia sino al negocio de la franquicia, esto es, se podrá negociar todo aquello vinculado al negocio de la expansión o venta de franquicias.

Cuando una red de franquicias inicia su andadura necesita que los primeros franquiciados apuesten por el negocio. Esa necesidad se traduce muchas veces en concesiones que posteriormente no se darán cuando la misma se encuentre consolidada. Por ello, estos inicios suelen representar un buen momento para negociar determinados aspectos, como por ejemplo una financiación del canon inicial o una bonificación de los *royalties* hasta que el negocio tenga una madurez y demuestre sus resultados; la exención en la prestación del aval o el incremento de los periodos de pago de las mercancías, por citar algunas cuestiones relevantes.

La segunda vía de negociar un contrato de franquicia se produce en aquellos casos que el franquiciado asume un alto nivel de desarrollo, esto es, que abre muchos locales, en cuyo caso obtiene exclusivas zonales, descuentos en el producto, *fees* alzados u otras condiciones especiales. Existe también una tercera vía, consistente en desarrollar servicios que son más propios del franquiciador y que se suelen descentralizar, como si de un *outsourcing* se tratara. Ejemplos típicos son el contrato de desarrollo de área o el establecimiento de un centro de formación de franquiciados, entre los principales.

J A U S A S

En el caso de los franquiciados individuales que no se encuentren en ninguno de los supuestos anteriores y con respecto a redes ya consolidadas, el último caballo de batalla depende del negocio objeto de franquicia y, más concretamente, de un análisis del mercado de influencia y de los posibles riesgos. Por ejemplo, cuando se trata de una zona muy turística pero estacional, donde el riesgo por tanto es elevado, se suele pactar la posibilidad de cerrar el local en invierno, o bien establecer bonificaciones en los cánones.

Fuera de estas condiciones, esencialmente económicas, la verdad es que pocos cambios cabe pensar que se pueden introducir en el contrato de franquicia..... al principio. A partir de ahí habrá que ver qué hay que negociar cuando el contrato ya se ha iniciado y el negocio está en marcha, cumpliéndose entonces en mayor o menor medida las expectativas iniciales.