

UNIDROIT

Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado

LEY MODELO SOBRE LA  
DIVULGACIÓN DE LA  
INFORMACIÓN EN  
MATERIA DE FRANQUICIA

Roma 2.007



Forma de citación sugerida :

**Ley Modelo UNIDROIT sobre la  
información - franquicia**

El *Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado* agradece a todas las personas involucradas en la preparación de la versión española de la *Ley Modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia*. En primer lugar, el

Prof. Dr. **Juan Ignacio RUIZ PERIS**, Universitat de Valencia, España quien además de la traducción del texto, coordinó los trabajos de quienes asistieron en la traducción y revisión de la obra, y  
Prof. Dr. **Carmen ESTEVAN DE QUESADA**, Universitat de Valencia, España, principal traductora del texto.

Éstos incluyen a(l)

D. Jaume **MARTI I MIRAVALLS**, Becario de Investigación del Programa "V Secles" de la Universidad de Valencia, quien colaboró activamente en la traducción.

Sin la asistencia de estas personas, la versión española no estaría disponible hoy.

*Título original:*

Model Franchise Disclosure Law  
Copyright © Unidroit 2004

Loi type sur la divulgation des informations en matière de franchise  
Copyright © Unidroit 2004

*Publicada por:*

El Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)  
Via Panisperna, 28 - 00184 Roma - ITALIA

ISBN: 88-86449-14-3

Copyright © UNIDROIT 2007

# ÍNDICE

PREÁMBULO	1
LEY MODELO SOBRE LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN MATERIA DE FRANQUICIA	2
INFORME EXPLICATIVO	16
I. PREÁMBULO	16
II. EL CONTEXTO HISTÓRICO DE LA LEY MODELO	18
1. La franquicia internacional	20
2. La franquicia nacional	21
III. CONSIDERACIONES GENERALES	24
1. El ámbito de aplicación de la ley modelo	24
2. El Preámbulo	26
IV. COMENTARIO DE LAS DISPOSICIONES DE LA LEY MODELO	26
1. Artículo 1 - Ámbito de aplicación	27
2. Artículo 2 – Definiciones	28
3. Artículo 3 – Entrega del documento de información	36
4. Artículo 4 - Forma del documento de información	39
5. Artículo 5 – Exención del deber de divulgación	40
6. Artículo 6 – Información que debe ser divulgada	43
1) Apartado 1	44
2) Apartado 2	58
3) Apartado 3	63
7. Artículo 7 - Acuse de recibo del documento de información	64
8. Artículo 8 – Vías de Recurso	64
9. Artículo 9 - Ámbito de aplicación temporal	67
10. Artículo 10 – Renuncias	68

## **PREAMBULO**

El *Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)*,

*Reconociendo* que la franquicia desempeña un papel creciente en un gran número de economías nacionales,

*Siendo consciente* de que en los procedimientos legislativos, los legisladores nacionales podría desear considerar diversos elementos, entre los cuales se incluirían:

- si es claro que existe un problema; cuál es su naturaleza y qué acción sería, cuando proceda, necesaria;
- si los potenciales inversores pueden prevenirse mejor contra el fraude si tienen acceso a una información relevante y veraz antes de expresar su consentimiento a un contrato de franquicia;
- si la exigencia legal de una información equilibrada entre las partes en el contrato de franquicia sirve para mejorar los intereses económicos y sociales nacionales;
- si se trata de conductas abusivas generalizadas o si se trata de conductas aisladas o limitadas a sectores económicos particulares;
- la naturaleza de la prueba del abuso;
- si existen leyes que tratan estas preocupaciones y si se aplican de manera adecuada;
- si existe un sistema de autorregulación eficaz;
- la comparación entre los beneficios de la transparencia legalmente exigida y las cargas financieras que la nueva legislación impone a los franquiciadores e inversores;
- si la legislación propuesta obstaculiza o facilita el acceso de los franquiciadores y si tiene efectos sobre la creación de empleo y las inversiones;

y

- la opinión de las organizaciones interesadas, incluyendo las asociaciones nacionales de franquicia;

*Recordando* que los legisladores nacionales podrían querer adaptar las disposiciones propuestas, en particular, las relativas a las informaciones que deben ser divulgadas, para tener en cuenta las circunstancias específicas o los procedimientos legislativos de cada Estado;

*Recordando* que el texto de la Ley Modelo se acompaña de un Informe Explicativo que, para ayudar a los legisladores, explica el objetivo perseguido por cada disposición;

*Constatando* que las legislaciones sobre la divulgación de la información constituyen en su conjunto una experiencia positiva;

tiene la satisfacción de poner a disposición de la comunidad internacional la presente *Ley Modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia* y su Informe Explicativo presentados en este documento y que ha sido preparado por un Comité de expertos gubernamentales reunidos por UNIDROIT,

como un ejemplo que no es obligatorio para los legisladores nacionales y

como un instrumento que pretende ser una recomendación para los Estados que han decidido adoptar una legislación específica sobre este tema.

## **LEY MODELO SOBRE LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN MATERIA DE FRANQUICIA**

### **ARTÍCULO 1**

#### **(Ámbito de aplicación)**

1) La presente ley se aplica a las franquicias que deben ser concedidas o renovadas para la explotación de una o varias actividades empresariales franquiciadas en el territorio de [el Estado que lo adopta].

2) Salvo disposición contraria de la presente ley, ésta no se refiere a la validez del contrato de franquicia o de la de una de sus cláusulas.

## **ARTÍCULO 2** **(Definiciones)**

A efectos de la presente ley:

**afiliado del franquiciado** significa una persona física o jurídica que directa o indirectamente controla o es controlada por el franquiciado, o es controlada por otra persona que controla al franquiciado;

**afiliado del franquiciador** significa una persona física o jurídica que directa o indirectamente controla o es controlada por el franquiciador, o es controlada por otra persona que controla al franquiciador;

**contrato de desarrollo** significa el acuerdo por el cual un franquiciador concede a otra persona, a cambio de contraprestaciones financieras directas o indirectas, el derecho a adquirir más de una franquicia del mismo sistema de franquicia;

**contrato de franquicia** significa el contrato por el cual se concede una franquicia;

**contrato de sub-franquicia** significa un contrato de franquicia celebrado entre un sub-franquiciador y un sub-franquiciado en aplicación de una franquicia principal;

**documento de información** significa un documento en el que se contiene la información exigida por la presente ley;

**empresa franquiciada** significa la empresa dirigida por el franquiciado de acuerdo con un contrato de franquicia;

**Estado** incluye las unidades territoriales que componen un Estado que tiene dos o más unidades territoriales, posean o no sistemas de derecho diferentes aplicables en las materias reguladas por la presente ley;

**franquicia** significa los derechos concedidos por una persona (el franquiciador) autorizando y exigiendo a otra (el

franquiciado), a cambio de contraprestaciones financieras directas o indirectas, para dedicarse en su propio nombre y cuenta al negocio de venta de bienes o de prestación de servicios, de acuerdo con un sistema indicado por el franquiciador que comprende su *“know-how”* y asistencia, prescribe en modo sustancial la forma en la cual el negocio franquiciado debe de ser explotado, incluye un control operacional significativo y continuo por parte del franquiciador, y está sustancialmente asociado a una marca de producto o servicio, nombre comercial o logotipo indicado por el franquiciador. Ello incluye:

- A)** los derechos concedidos por un franquiciador a un sub-franquiciador en el marco de un contrato de franquicia principal;
- B)** los derechos concedidos por un sub-franquiciador a un sub-franquiciado en el marco de un contrato de sub-franquicia;
- C)** los derechos concedidos por un franquiciador a otra persona en el marco de un contrato de desarrollo.

A efectos de la presente definición, las “contraprestaciones financieras directas o indirectas” no incluyen el pago de un precio de adquisición equitativo de los bienes destinados a la reventa;

**franquicia principal** significa el derecho concedido por un franquiciador a otra persona (el sub-franquiciador) a conceder franquicias a terceras personas (los sub-franquiciados);

**franquiciado** incluye al sub-franquiciado en sus relaciones con el sub-franquiciador y al sub-franquiciador en relación con el franquiciador;

**franquiciador** incluye al sub-franquiciador en relación con sus sub-franquiciados;

**hecho significativo** significa cualquier información que puede razonablemente esperarse que tendrá un efecto significativo sobre la decisión del potencial franquiciado de adquirir una franquicia;



**inducción a error** significa una declaración de un hecho cuyo autor conocía o debía haber conocido que no era veraz en el momento en que fue formulada;

**modificación sustancial** de la información que se exige ser divulgada significa una modificación que puede razonablemente esperarse que tendrá un efecto significativo sobre la decisión del potencial franquiciado de adquirir la franquicia;

Y

**omisión** significa la ausencia de declaración de un hecho que era conocido por el autor de la declaración en el momento en el que la declaración debía haber sido realizada.

### **ARTÍCULO 3**

#### ***(Entrega del documento de información)***

**1)** Un franquiciador debe entregar a cada potencial franquiciado un documento de información acompañado de la propuesta de contrato de franquicia al menos catorce días antes de que acaezca el primero de los siguientes acontecimientos:

**A)** La firma por el potencial franquiciado de cualquier contrato relativo a la franquicia, a excepción de los acuerdos relativos a la confidencialidad de la información entregada o que debe ser entregada por el franquiciador; o

**B)** El pago al franquiciador o un afiliado del franquiciador por el potencial franquiciado de cualquier derecho en relación con la adquisición de una franquicia que no sea reembolsable, o cuyo reembolso esté sujeto a condiciones que lo conviertan en no reembolsable, con la excepción de una garantía (fianza o depósito) otorgada en relación con la conclusión de un acuerdo de confidencialidad.

**2)** El documento de información debe actualizarse dentro de los [X] días siguientes al final del ejercicio fiscal del franquiciador. Cuando se produzca una modificación

sustancial de la información que deba ser revelada de acuerdo con el artículo 6, debe notificar por escrito tal modificación al potencial franquiciado tan pronto como sea posible y antes de que haya ocurrido alguno de los acontecimientos descritos en los sub-apartados 1 (A) y 1 (B).

#### **ARTÍCULO 4**

##### ***(Forma del documento de información)***

- 1) La información debe proporcionarse por escrito.
- 2) El franquiciador puede utilizar cualquier forma para el documento de información, siempre que la información contenida en éste sea presentada como un único documento en un único momento y que cumplan las exigencias requeridas por esta Ley.

#### **ARTÍCULO 5**

##### ***(Exención del deber de divulgación)***

No se exige la entrega de ningún documento de información:

- A)** En el caso en que se conceda una franquicia a una persona que ha sido dirigente o administrador del franquiciador, o de un afiliado del franquiciador, al menos el año inmediatamente precedente a la firma del contrato de franquicia;
- B)** En el caso de asignación o de cualquier otra transferencia de los derechos y obligaciones de un franquiciado bajo un contrato de franquicia existente, cuando el asignado o transferido está vinculado sustancialmente en los mismos términos que el asignante o transferente, y el franquiciador no ha tenido un papel significativo en la transmisión, más allá de la aprobación de la transferencia.
- C)** En caso de concesión de una franquicia, para vender bienes o servicios, a una persona física o jurídica que ha estado contratada en un negocio idéntico o similar durante los dos años anteriores, si las ventas de la franquicia, tales como se anticiparon razonablemente por las partes en el

momento de perfección del contrato de franquicia, no excedan durante el primer año de la relación el veinte por cien del volumen total de ventas del franquiciado y sus afiliados conjuntamente.

**D)** En el caso de concesión de una franquicia a un potencial franquiciado, por la cual éste se compromete a realizar de acuerdo con el contrato de franquicia una contribución financiera total superior a [X];

**E)** En el caso de concesión de una franquicia concedida a un potencial franquiciado, cuyo patrimonio neto contable, acumulado con el de sus afiliados, es superior a [Y] o cuyo volumen de negocios es superior a [Z]; o

**F)** En el caso de la renovación o la extensión de una franquicia en las mismas condiciones.

### **ARTÍCULO 6**

#### ***(Información que debe ser divulgada)***

**1)** En el documento de información el franquiciador deberá proporcionar la siguiente información:

**A)** La razón o denominación social, la forma jurídica y el domicilio del franquiciador y la dirección del lugar principal de actividad del franquiciador;

**B)** Las marcas, los nombres comerciales o similares, bajo las cuales el franquiciador ejerce o tiene la intención de ejercer sus actividades comerciales en el Estado donde el potencial franquiciado desarrollará su actividad;

**C)** La dirección del lugar principal de actividad del franquiciador en el Estado donde se sitúa el potencial franquiciado;

**D)** Una descripción de la franquicia que debe ser explotada por el potencial franquiciado;

**E)** Una descripción de la experiencia comercial del franquiciador y sus afiliados concedentes de franquicias bajo una denominación sustancialmente idéntica, incluyendo:

- i) El período de tiempo durante el cual cada uno de ellos ha desarrollado una actividad empresarial del tipo de la que debe ser desarrollada por el potencial franquiciado; y
- ii) El período de tiempo durante el cual cada uno de ellos ha concedido franquicias para el mismo tipo de actividad que aquella que debe ser desarrollada por el potencial franquiciado;

**F)** Los nombres, direcciones profesionales, funciones ejercidas y experiencia comercial de toda persona que tiene responsabilidades de alta dirección respecto a las actividades comerciales del franquiciador en relación con la franquicia;

**G)** Cualquier condena penal o declaración de responsabilidad derivada de una acción civil o de un arbitraje en materia de franquicia u otras actividades empresariales, relativas a fraude, inducción a error, o actos o prácticas similares de:

- i) El franquiciador; y
- ii) Cualquier afiliado del franquiciador involucrado en la actividad franquiciadora durante los cinco últimos años, aun en el caso de que dicha acción esté pendiente contra el franquiciador o su filial y

la citación judicial o de cualquier otro tipo de cualquiera de los arriba mencionados;

**H)** Cualquier procedimiento de insolvencia, concursal, o cualquier otro procedimiento comparable que haya afectado al franquiciador y a su(s) afiliado(s) en los cinco años anteriores y las citaciones judiciales en la materia;

**I)** El número total de los franquiciados y de los establecimientos de los que es titular el franquiciador así como de los afiliados del franquiciador que conceden franquicias bajo un nombre comercial sustancialmente idéntico;

**J)** Los nombres, direcciones profesionales y números de teléfonos profesionales de los franquiciados, y de los

franquiciados de cualquier afiliado del franquiciador que conceden franquicias bajo un nombre comercial sustancialmente idéntico, cuyos establecimientos se sitúen más cerca del establecimiento propuesto al potencial franquiciado, sin que el número de los relacionados exceda de [X] franquiciados, en el Estado del franquiciado y/o en los Estados contiguos, o, a falta de Estado contiguo, en el Estado del franquiciador;

**K)** Información relativa a los franquiciados del franquiciador y a los franquiciados de los afiliados del franquiciador que conceden franquicias bajo un nombre comercial sustancialmente idéntico que dejaron de ser franquiciados durante los tres últimos ejercicios fiscales anteriores a aquél durante el cual se celebró el contrato de franquicia, indicando las razones por las cuales los franquiciados dejaron de ser franquiciados del franquiciador;

**L)** La siguiente información relativa a los derechos de propiedad intelectual del franquiciador que serán licenciados al franquiciado, y en particular, a las marcas, patentes, a los derechos de autor, y programas de ordenador:

- i)** El registro y/o la solicitud de registro, en su caso;
- ii)** El nombre del titular de los derechos de propiedad intelectual y/o el de la persona que solicita el registro, en su caso;
- iii)** La fecha en la cual expira el registro de los derechos de propiedad intelectual que son objeto de la licencia; y
- iv)** Los procedimientos judiciales o cualquier otro procedimiento legal, en su caso, que podrían tener efectos significativos sobre los derechos del franquiciado, exclusivos o no, a usar la propiedad intelectual en el marco del contrato de franquicia,

en el Estado donde la actividad comercial franquiciada deba explotarse;

**M)** Información sobre las categorías de bienes y/o servicios que el franquiciado debe comprar o arrendar, indicando

- i)** Si alguna de ellas debe comprarse o arrendarse al franquiciador, a sus afiliados, o a un proveedor designado por el franquiciador;
- ii)** Si el franquiciado tiene el derecho a recomendar a otros proveedores para su aprobación por el franquiciador; y
- iii)** Si cualquier remuneración o ventaja que el franquiciador o cualquiera de sus afiliados pueden recibir directa o indirectamente de cualquier proveedor de bienes y/o servicios al franquiciado, como descuentos, bonificaciones, o incentivos respecto a dichos bienes y/o servicios, serán transmitidos al potencial franquiciado o, si no, si el franquiciador o el proveedor recomendado por el franquiciador remarca el precio para revenderlo al franquiciado;

**N)** Cuestiones financieras, incluyendo:

- i) a)** Una estimación del importe total de la inversión inicial del potencial franquiciado;
- b)** Financiación ofrecida o negociada por el franquiciador, en su caso;
- c)** Los estados financieros del franquiciador y, en su caso, los estados financieros auditados o verificados independientemente de otro modo, incluyendo los balances y las estado de pérdidas y ganancias de los tres años anteriores. Los franquiciadores, cuya creación se remonte a menos de tres años, tienen la obligación proporcionar los mismos documentos elaborados desde que iniciaron su actividad;
- ii) a)** Si se proporciona información al potencial franquiciado, por o en nombre del franquiciador, relativa a los resultados financieros pasados o futuros de los establecimientos de los que es titular el franquiciador, sus afiliados o franquiciados, esta información debe:
  - aa)** Fundarse en bases razonables, atendiendo al momento en que es elaborada;

**bb)** Incluir las asunciones significativas que subyacen tras su preparación y presentación;

**cc)** Precisar si está basada en resultados reales de establecimientos existentes;

**dd)** Precisar si está basada en establecimientos de los que es titular el franquiciador y/o los franquiciados; y

**ee)** Indicar el porcentaje de los establecimientos que alcanzan o exceden cada nivel o resultado.

**b)** Si se proporciona la información financiera contemplada en el anterior sub-apartado, el franquiciador debe precisar que los niveles de rendimiento del establecimiento del potencial franquiciado pueden diferir respecto de los contenidos en la información proporcionada por el franquiciador.

**O)** Una descripción de:

**i)** El estado del mercado general de los productos o servicios que son objeto del contrato;

**ii)** El estado del mercado local de los productos o servicios que son objeto del contrato;

**iii)** Las perspectivas de desarrollo del mercado; y

**P)** Cualquier otra información necesaria para impedir que cualquier afirmación contenida en el documento de información pueda inducir a error un potencial franquiciado que actúe razonablemente.

**2)** El documento de información debe incluir también la siguiente información. No obstante, cuando esta información se contiene en el contrato de franquicia, el franquiciador puede, en el documento de información, simplemente hacer referencia a la sección correspondiente del contrato de franquicia. Si el contrato de franquicia no incluye las informaciones siguientes, este hecho debe mencionarse en el documento de información:

**A)** La duración y las condiciones de renovación de la franquicia, en su caso;

- B)** Una descripción de los programas de formación inicial y continua;
- C)** La amplitud de los derechos de exclusiva que se concederán, en su caso, incluyendo los derechos de exclusiva relativos al territorio y/o a la clientela, así como información sobre cualquier reserva en favor del franquiciador del derecho
- i)** A usar o licenciar el uso de las marcas cubiertas por el contrato de franquicia;
  - ii)** A vender o distribuir bienes y/o servicios autorizados para la venta por el franquiciado, directa o indirectamente, a través del mismo o de cualquier otro canal de distribución, tanto bajo las marcas cubiertas por el contrato de franquicia como bajo cualquier otra marca;
- D)** Las condiciones en las cuales el franquiciador puede poner fin al contrato de franquicia y los efectos de tal rescisión ;
- E)** Las condiciones en las cuales el franquiciado puede poner fin al contrato de franquicia y los efectos de tal rescisión ;
- F)** Las limitaciones impuestas al franquiciado, en su caso, relativas al territorio y/o a la clientela;
- G)** Las cláusulas de prohibición de competencia aplicables durante la vigencia o tras la extinción del contrato de franquicia;
- H)** El canon inicial de franquicia, si cualquier parte del canon es reembolsable, y los términos y condiciones en las cuales se garantiza el reembolso;
- I)** Otros cánones y cualesquiera otros pagos, incluyendo cualquier incremento de cánones, impuestos por el franquiciador con la finalidad de compensar retenciones de impuestos;
- J)** Restricciones o condiciones impuestas al franquiciado relativas a los bienes y/o servicios que el franquiciado puede vender;



**K)** Las condiciones para la asignación u otra forma de transferencia de la franquicia; y

**L)** Cualquier previsión relativa a la elección del foro, de la ley aplicable, y cualquier procedimiento de resolución de conflictos seleccionado.

**3)** Si la franquicia es una franquicia principal, el sub-franquiciador deberá proporcionar a su potencial sub-franquiciado, además de las informaciones previstas en los apartados 1 y 2, la información relativa al franquiciador que se recibió de acuerdo con los apartados 1 (A), (E), (H), y de 2 (C), y (F) del presente artículo, así como informar al potencial sub-franquiciado respecto de la situación de los contratos de sub-franquicia en la hipótesis de rescisión del contrato de franquicia principal y del contenido del contrato de franquicia principal.

#### **ARTÍCULO 7**

##### ***(Acuse de recibo del documento de información)***

El potencial franquiciado debe, a petición del franquiciador, reconocer por escrito la recepción del documento de información.

#### **ARTÍCULO 8**

##### ***(Vías de recurso)***

**1)** Si el documento de información o la notificación de una modificación significativa:

**A)** No se ha entregado en el plazo fijado en el artículo 3;

**B)** Induce a error sobre un hecho significativo; u

**C)** Omite un hecho significativo;

el franquiciado puede, notificando por escrito su intención al franquiciador con 30 días de anticipación, poner fin al contrato de franquicia y/o pedir al franquiciador una indemnización por los perjuicios sufridos a causa de los comportamientos descritos a los apartados A, B y C, a menos

que el franquiciado hubiera obtenido por otros medios la información que debía ser revelada, no haya sido inducido a error, o cuando poner fin al contrato constituya una medida desproporcionada atendiendo a las circunstancias.

**2)** Los remedios concedidos al franquiciado de acuerdo con este artículo deben ejercerse a más tardar en el más corto de los siguientes plazos:

**A)** Un año después del acto o la omisión que constituye el incumplimiento en el cual se funda el derecho a poner fin al contrato;

**B)** Tres años después del acto o la omisión que constituye el incumplimiento en el cual se basa el derecho a pedir la indemnización por el perjuicio sufrido;

**C)** Un año después del momento en que el franquiciado tiene conocimiento de hechos o circunstancias que indican razonablemente que tiene derecho a pedir una indemnización por el perjuicio sufrido; o

**D)** Dentro de los 90 días siguientes a la entrega al franquiciado de una notificación por escrito que indique los detalles del incumplimiento acompañado del documento de información del franquiciador actualizado.

**3)** Los derechos conferidos por el apartado 1 del presente artículo no privan al franquiciado de cualquier otro derecho del que pueda disponer según la ley aplicable.

**4)** Toda cuestión relativa al final del contrato y a los daños y perjuicios que no se regula expresamente en el presente artículo está regulada por la ley aplicable.

### **ARTÍCULO 9**

#### ***(Ámbito de aplicación temporal)***

La presente ley se aplica siempre que un contrato de franquicia haya sido celebrado o renovado tras la entrada en vigor de la ley.

**ARTÍCULO 10**  
**(Renuncias)**

Cualquier renuncia por el franquiciado a un derecho conferido por la presente ley es nula.

# INFORME EXPLICATIVO

## I. PREÁMBULO

1. El *Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)* tienen el placer de poner a disposición de la comunidad internacional la *Ley Modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia* y su Informe Explicativo presentados en este documento y que han sido preparados por un Comité de expertos gubernamentales reunido por UNIDROIT. El objetivo perseguido por la Ley Modelo es proporcionar a los legisladores nacionales que han decidido introducir en su derecho una legislación especial sobre la franquicia, una fuente de inspiración, un instrumento que pueda consultar y utilizar como modelo o un plan director cuando lo considere conveniente. Como modelo, no presenta ningún carácter vinculante. El texto de la Ley Modelo está acompañado por un Informe Explicativo que detalla la finalidad de cada artículo y, a veces, explica cómo debe interpretarse, con el fin de ayudar al legislador a evaluar la necesidad y/o la conveniencia de cada artículo en el contexto nacional. En el caso de los artículos explícitos, no se ha realizado ningún comentario.

2. La Ley Modelo tiene por objeto fomentar el desarrollo de la franquicia como instrumento negocial. Como documento que favorece el comercio, reconoce que la franquicia ofrece el potencial para un desarrollo económico mayor, en particular entre los países que quieren tener acceso a *know-how*.

3. La Ley Modelo es una ley de divulgación. Una ley de divulgación puede considerarse como un medio para crear un entorno jurídico seguro entre las partes en un acuerdo de franquicia. Con este fin, la Ley Modelo vela por que los potenciales franquiciados que tienen la intención de invertir en una franquicia reciban información sustancial sobre la franquicia, de manera que puedan tomar una decisión de inversión informada. Además, la Ley Modelo aporta seguridad a los franquiciadores en sus relaciones con los franquiciados, las autoridades administrativas y judiciales.

4. Sin embargo, los legisladores nacionales que tomen en consideración la Ley Modelo al redactar una legislación en materia de

franquicia, también deberían tener presente que algunos requisitos de divulgación pueden desincentivar a los inversores extranjeros para establecerse en su territorio. Por lo tanto, al considerar si se debe adoptar o no un determinado requisito de divulgación, los legisladores deberían sopesar los intereses tanto del franquiciador como del franquiciado. Por ejemplo, la imposición de normas de contabilidad específicas puede frenar a los franquiciadores en su voluntad de expandirse. El Estado debería valorar la importancia de exigir sus estándares de contabilidad frente al deseo de una mayor expansión extranjera en su mercado.

5. El instrumento elegido es una Ley Modelo y no un convenio internacional. Entre los distintos tipos de instrumentos posibles, el convenio internacional es el más rígido. Lo propio de un convenio internacional es integrarse en el Derecho nacional de los Estados Contratantes. Las posibilidades de modificar el contenido de los convenios son muy limitadas, puesto que los Estados sólo pueden emitir reservas a disposiciones específicas, o incluso nulas si las disposiciones del convenio establecen que no es posible ninguna reserva. El método de incorporación del convenio internacional a la legislación nacional y su lugar en la jerarquía normativa varían de un país al otro. La ventaja principal de los instrumentos vinculantes como los convenios internacionales es el hecho de proporcionar tanta seguridad jurídica como es razonablemente posible, precisamente porque el texto adoptado se incorpora a la legislación de los Estados Contratantes prácticamente sin modificaciones. La otra cara de la moneda es que los Estados pueden considerar necesarias algunas modificaciones y que como Estados Contratantes no tienen la posibilidad de realizar cambios en el texto. El resultado es que, en lugar de ratificar o adherirse al convenio, los Estados se inspiran en él como si se tratase de una Ley Modelo e introducen las modificaciones necesarias.

6. Las leyes modelo son más flexibles que los convenios internacionales. Desde un principio su finalidad es permitir a los Estados incorporar las modificaciones que consideren necesarias para satisfacer las necesidades específicas del país. Otra ventaja es que en una Ley Modelo se pueden incluir disposiciones que los expertos que prepararon la ley consideran la solución más conveniente a un problema específico, dejando al mismo tiempo a los Estados la posibilidad de modificar las disposiciones sugeridas al redactar las legislaciones nacionales. La decisión por parte de un Estado de modificar una Ley Modelo y la medida en que la modifica,

dependen de las razones que le impulsaron a introducir una legislación. Ciertamente, el precio de esta mayor flexibilidad es una menor uniformidad, puesto que una serie de disposiciones serán diferentes de un país a otro. Los principios fundamentales deberían no obstante permanecer.

7. Los distintos instrumentos que pueden adoptarse tienen distintos destinatarios. Las leyes modelo, como los convenios internacionales, van obviamente dirigidas a los legisladores. La *Ley Modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia* está diseñada principalmente para ayudar a los legisladores de los países que decidan adoptar por primera vez una legislación sobre este tema. Sin embargo, no se puede descartar que sustituya o integre una ley existente, si un legislador nacional decide, por una razón u otra, que su derecho positivo no es satisfactorio y que la normativa propuesta por la Ley Modelo es preferible. [< Volver al texto >](#)

## **II. EL CONTEXTO HISTÓRICO DE LA LEY MODELO**

8. Los orígenes de la *Ley Modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia* se remontan a una propuesta formulada en 1985 por el miembro canadiense del Consejo de Gobierno de UNIDROIT. En esa época UNIDROIT se encargaba de la preparación de los *Convenciones sobre arrendamiento financiero internacional* y sobre el *factoring internacional*<sup>1</sup>, y este miembro consideró que la elaboración de normas de derecho uniforme sobre la franquicia constituía el desarrollo natural del proceso de elaboración de normas uniformes aplicables a las nuevas formas de contratos que emergían en aquél momento. Además, en Canadá se habían producido varios casos de prácticas desleales que se temía se extendieran a otros Estados con la expansión internacional de las franquicias.

9. Sobre la base de esta propuesta, el Consejo de Gobierno pidió al Secretariado de UNIDROIT que redactara un informe preliminar con el fin de decidir si la franquicia debía incluirse en el Programa de trabajo del Instituto. Este estudio preliminar se presentó a la 65ª sesión del Consejo de Gobierno,

---

<sup>1</sup> Adoptado en Ottawa en 1988.

en 1986<sup>2</sup>. En esta época, la franquicia estaba aún en sus comienzos en Europa y permanecía poco conocida en otras partes del mundo, a excepción de Norteamérica de donde es originaria. Por lo tanto, la información recogida entonces no era amplia, sobre todo en comparación con la disponible en la actualidad.

10. De manera que fue con la finalidad de obtener una más amplia información, por lo que el Consejo de Gobierno pidió que el informe, acompañado de un cuestionario, se presentase a los Gobiernos, a los círculos profesionales y a los expertos reconocidos sobre este tema. En su 67ª sesión, se sometió al Consejo de Gobierno una investigación referente a las respuestas al cuestionario<sup>3</sup>. A la luz de este informe y teniendo en cuenta también la próxima aprobación de lo que sería el Reglamento de exención por categoría de las Comunidades Europeas en materia de franquicia<sup>4</sup>, el Consejo de Gobierno decidió posponer toda decisión sobre los futuros trabajos en materia de franquicia y solicitó al Secretariado la remisión de un estudio sobre las cláusulas insertadas de hecho en los contratos de franquicia<sup>5</sup>, para su 68ª sesión (1989).

11. Durante los años que siguieron, la actividad principal de UNIDROIT en materia de franquicia consistió en observar los desarrollos tanto nacionales como internacionales. Había varias razones para ello. La primera era que en aquel momento los consejeros jurídicos de los operadores (sobre todo de los franquiciadores) se mostraban aún muy opuestos al desarrollo de un instrumento internacional. Por ello se consideró mejor esperar para comprobar si la adopción a corto plazo de un instrumento internacional era menos necesaria de lo que el autor de la propuesta lo había percibido, teniendo en cuenta las prácticas desleales que habían dado origen a la propuesta y el modo en que se había respondido a las mismas, o si por el contrario los desarrollos de la industria no habían originado una necesidad aún mayor. Otras razones, conectadas con la organización interna, también

---

<sup>2</sup> Véase C.D. 65 – Doc.12, publicado también como Estudio LXVIII – Doc. 1, UNIDROIT 1986.

<sup>3</sup> Doc. 2, UNIDROIT 1988.

<sup>4</sup> 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, en DOCE L 359/46 de 28 de diciembre 1988.

<sup>5</sup> Véase C.D. 68 - Doc. 11, publicado también como Estudio LXVIII - Doc. 3, UNIDROIT 1989.

influyeron en esta decisión, en la medida en que otros proyectos, emprendidos anteriormente, debían tratarse prioritariamente.

12. En su 72ª sesión, en junio de 1993, el Consejo de Gobierno del Instituto decidió que era hora de establecer un *Grupo de estudio sobre la franquicia*. El mandato del Grupo de estudio, tal cual definido por el Consejo de Gobierno, era examinar distintos aspectos de la franquicia, en particular, la divulgación entre las partes antes y después de la conclusión de un contrato de franquicia y los efectos del contrato de franquicia principal sobre los contratos de sub-franquicia, en particular, en caso de cancelación de un contrato de franquicia principal. Se pidió también al Grupo de estudio que presentara propuestas al Consejo sobre cualquier otro aspecto de la franquicia que pudiera conducir a una acción más avanzada del Instituto y que indicara cuanto antes la forma de los posibles instrumentos.

13. La primera reunión del Grupo de estudio se celebró del 16 al 18 de mayo de 1994. El Grupo examinó tanto la franquicia nacional como la franquicia internacional, analizando los problemas existentes y la posibilidad de solucionarlos mediante un instrumento internacional preparado por UNIDROIT.

#### 1. LA FRANQUICIA INTERNACIONAL

14. En relación con la franquicia internacional, el Grupo centró su atención sobre el contrato de franquicia principal, que se reconoció como el instrumento más comúnmente adoptado para la expansión internacional. Examinó en particular;

- la naturaleza de la relación entre el contrato de franquicia principal y los contratos de sub-franquicia;
- los problemas vinculados a la estructura en tres niveles de la relación entre el franquiciador, el sub-franquiciador y los sub-franquiciados, en particular, en caso de rescisión ;
- la resolución de los litigios;
- la ley aplicable y el tribunal competente; y
- la divulgación.

15. El Grupo de estudio llegó a la conclusión de que las cuestiones discutidas no podían ser tratadas en un convenio internacional. Aunque en realidad nada se oponía a la elaboración de un convenio internacional, la



materia propuesta habría exigido la adopción de un enorme número de normas imperativas. Además, la naturaleza vinculante de un convenio internacional no permitiría las adaptaciones que algunos Estados podrían considerar esenciales para la aprobación del convenio. La combinación del carácter imperativo de las normas y de la naturaleza vinculante de un convenio podría reducir la posibilidad de que el convenio fuera adoptado por los distintos Estados. La utilidad de tal instrumento se pondría pues seriamente en duda. En cambio, se formó un amplio consenso sobre la utilidad de una guía en cuanto a la franquicia internacional: constituiría una ayuda preciosa, tanto para los medios financieros como para los consejos jurídicos.

## 2. *LA FRANQUICIA NACIONAL*

16. En cuanto a la franquicia nacional, el Grupo de estudio se centró en la cuestión de la divulgación. A este respecto, examinó:

- las experiencias de los países que disponían de una normativa en este ámbito o intentaron, de una manera o de otra, adoptar una;
- el papel de las asociaciones de franquicia; y
- la importancia de los códigos de deontología adoptados por estas asociaciones.

17. El Grupo de estudio alcanzó un menor grado de consenso sobre la cuestión de si se debían emprender trabajos sobre la franquicia nacional, aunque reconoció que los elementos que se habían reunido para la preparación de la guía jurídica sobre la franquicia internacional serían extremadamente útiles para clarificar los problemas.

18. En lo que se refería a la selección del tema que debía tratarse, el Grupo de estudio constató que una de las características de la franquicia era que afectaba a un gran número de ramas del derecho, la mayoría de las cuales ya habían sido objeto de regulación. Sería muy difícil justificar la aprobación de una normativa específica aplicable a la franquicia en relación con, por ejemplo, el derecho contractual, la ley aplicable y el foro competente o el derecho de la propiedad intelectual e industrial.

19. Por lo que se refiere a los ámbitos más directamente vinculados a la franquicia, y que incluso podrían considerarse como específicos de ésta, como la divulgación de información y los problemas planteados por lo que

podría llamarse a la estructura en tres niveles de los acuerdos de franquicia principal (por ejemplo los efectos de la extinción o la rescisión del contrato de franquicia principal sobre los contratos de sub-franquicia, así como otras cuestiones relativas a las relaciones entre las partes), el Grupo estudió los distintos enfoques adoptados por los Estados. Observó que las legislaciones sobre franquicia consistían, o bien en normativas de divulgación – limitándose a regular la información que un franquiciador debe proporcionar a un potencial franquiciado con el fin de permitirle tomar una decisión informada sobre su entrada o no en la franquicia-, o bien en lo que se denomina normativas contractuales –que regulan aspectos específicos del contrato de franquicia (cuestiones como, por ejemplo, si existe el derecho reconocido por la ley al franquiciado de prorrogar el contrato o el derecho del franquiciado a remediársele su incumplimiento). En este contexto, el Grupo constató que en algunos países la legislación imponía condiciones de registro, lo que tenía como efecto sobrecargar considerablemente las obligaciones del franquiciador.

20. La conclusión general del Grupo es que la experiencia de los Estados que legislaron sobre las relaciones contractuales había sido negativa, mientras que la de los Estados que adoptaron una legislación sobre divulgación había sido positiva en general. Además, el hecho de que fuera posible llegar a un acuerdo sobre la información que era deseable que un franquiciador revelase a un potencial franquiciado de cualquier sector comercial, y de alcanzar así un determinado grado de homogeneidad sobre la cuestión de la divulgación, mientras que era mucho más difícil concebir normas comunes sobre las relaciones entre las partes debido a la gran variedad de las relaciones tejidas en el contexto de la franquicia, condujo al Grupo a decidir que el tema a tratar a nivel internacional debería ser el de la divulgación.

21. Por lo que se refiere al instrumento que debería adoptarse, las características de los distintos tipos de instrumentos condujeron al Grupo a decidir que el más conveniente sería una Ley Modelo.

22. El Grupo de estudio finalmente decidió recomendar al Consejo de Gobierno que la cuestión de la posible preparación de un instrumento internacional para la franquicia nacional fuera pospuesta hasta que se acabase el trabajo sobre la guía.

23. En febrero de 1998, el Consejo de Gobierno de UNIDROIT autorizó la publicación de la *Guía de UNIDROIT para los Acuerdos de franquicia principal internacional*, cuya versión inglesa apareció en septiembre de 1998. En esta misma sesión, el Consejo aceptó la propuesta del Secretariado de UNIDROIT de que el Grupo de estudio sobre la franquicia procediese a la preparación de una Ley Modelo.

24. La propuesta presentada por el Secretariado se basaba en el creciente interés sobre la preparación de un instrumento jurídico internacional demostrado por los miembros del Grupo de estudio, incluso por algunos entre los que se habían mostrado escépticos u opuestos a esta iniciativa cuando se propuso por primera vez en 1986. Este interés se explicaba en gran parte por la creciente atención manifestada por los legisladores respecto a la franquicia y la consiguiente proliferación de leyes sobre la franquicia, las cuales no siempre daban, según los miembros del Grupo de estudio, una importancia suficiente a la naturaleza específica y a las características de la franquicia, comprometiendo así involuntariamente la futura evolución de la franquicia en el país en cuestión. Si UNIDROIT preparaba una Ley Modelo que por definición sería un instrumento equilibrado, tanto por la naturaleza de la organización como por las garantías que ofrecía su experiencia, los legisladores dispondrían de un instrumento que fomentaría el desarrollo de la franquicia de manera efectiva.

25. En consecuencia, el Consejo de Gobierno aceptó la propuesta avanzada por el Secretariado y decidió autorizar al Grupo de estudio sobre la franquicia para que procediera a preparar una Ley Modelo. La Asamblea general del Instituto finalmente ratificó la propuesta con motivo de su 52ª sesión el 27 de noviembre de 1998 en el marco de la aprobación del Programa de trabajo para el período trienal 1999-2001.

26. Siguiendo las decisiones tomadas por el Consejo de Gobierno y la Asamblea general de la organización, un Comité de Redacción del Grupo de estudio sobre la franquicia se reunió en Roma del 14 al 16 de enero de 1999 con el fin de preparar un primer proyecto de la futura Ley Modelo. La primera redacción fue presentada al Consejo de Gobierno del Instituto en su 78ª sesión en abril de 1999 y estudiada con todo detalle por el Grupo de estudio reunido en sesión plenaria, en su Cuarta Sesión, los días 9 y 10 de diciembre 1999.

27. El debate en la Cuarta Sesión del Grupo de estudio se inició con la cuestión de la decisión de preparar una Ley Modelo. La mayoría de los miembros del Grupo de estudio eran ampliamente favorables a la preparación de tal instrumento. Dos miembros, no obstante, pusieron en duda esta decisión, sugiriendo que UNIDROIT podría aportar una contribución más útil al desarrollo de la franquicia a través de una asistencia a los Gobiernos en calidad de asesor. Sin rechazar esta idea, la mayoría del Grupo de estudio finalmente se pronunció claramente en favor de la aprobación de una Ley Modelo, por una parte por las razones previamente mencionadas, y por otra parte debido a que la tendencia a adoptar leyes no mostraba ninguna señal de disminución, por lo que era conveniente hacer un instrumento uniforme.

28. En su 79ª sesión en abril de 2000, se sometió al Consejo de Gobierno el texto del proyecto revisado por el Grupo de estudio en su Cuarta Sesión. La Quinta y última Sesión del Grupo de estudio se celebró el 7 de diciembre de 2000, y en ella se concluyeron el Proyecto de Ley Modelo y el Informe Explicativo que lo acompaña, con el fin de ser presentados a un Comité de expertos gubernamentales.

29. La Primera Sesión del Comité de expertos gubernamentales reunida para examinar el Proyecto de Ley Modelo sobre la transparencia en materia de franquicia se celebró del 25 al 29 de junio de 2001, y la Segunda y última sesión del 8 al 12 de abril de 2002. El texto de la Ley Modelo y el Informe Explicativo, tal y como fueron adoptados por el Comité de expertos gubernamentales y remitidos al Consejo de Gobierno de UNIDROIT con motivo de su 81ª sesión celebrada en septiembre de 2002, se reproducen en este documento

### **III. CONSIDERACIONES GENERALES**

#### **1. EL ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA LEY MODELO**

30. El artículo 1 de la Ley Modelo delimita su ámbito de aplicación territorial, mientras que su ámbito de aplicación temporal está precisado en el artículo 9 (vid. infra). En cuanto a su objeto principal, la Ley Modelo se

limita a la divulgación en la fase precontractual, y no se refiere a las relaciones entre las partes ni a las consecuencias de la rescisión .

31. En su Cuarta Sesión, el Grupo de estudio examinó algunas propuestas que preconizaban una ampliación del ámbito de aplicación de la Ley Modelo. Sin embargo, una amplia mayoría se pronunció en favor de limitar el objeto de la Ley Modelo a la divulgación en la fase precontractual y en contra de incluir las cuestiones relativas a las relaciones contractuales debido a las dificultades inherentes a la elaboración de una legislación uniforme sobre éstas. Estas posiciones se explicaban por las numerosas diferencias que existen entre las distintas franquicias, no sólo entre sectores comerciales, sino también entre los sistemas franquiciados de un mismo sector. Mientras que una serie de cláusulas siguen siendo esenciales en todas las relaciones de franquicia y se insertan en principio en los contratos de franquicia, es prácticamente imposible imponerles una determinada formulación o determinados elementos. En cambio, es posible en una ley sobre divulgación exigir que la información relativa a estos elementos sea revelada al potencial franquiciado, lo cual llevará a imponer indirectamente que el contrato o el documento de información contenga tales elementos. Entre las razones que condujeron a optar por una ley que tratase sólo sobre la divulgación figura también la toma de conciencia de que esta cuestión, aunque pueda parecer que sólo es una pequeña parte de la franquicia, es en realidad absolutamente crucial. Se observó que en la mayoría de los asuntos llevados ante los tribunales en cuanto a franquicia, una de las cuestiones más relevantes eran las alegaciones por parte del franquiciado de que el franquiciador no le había suministrado la información adecuada antes de la conclusión del contrato.

32. La Ley Modelo está concebida para ser aplicable tanto a la franquicia nacional como a la franquicia internacional, y a los distintos tipos de contratos de franquicia, como la franquicia directa tradicional, el contrato de franquicia principal y los contratos de desarrollo. También para aplicarse a cualquier nueva forma de franquicia que pueda utilizarse en el futuro.

33. La Ley Modelo no prevé la obligación de informar por parte del franquiciado sino solamente por parte del franquiciador, ya que la experiencia y peso económico de éste último, que le permiten tener acceso a asesores jurídicos, no hacen necesario prever el mismo grado de protección para el franquiciador que para el franquiciado. Además, como para otras categorías de empresarios, la práctica comercial invita a los

franquiciadores a pedir información a los candidatos a la franquicia. Los franquiciadores quieren evidentemente poder evaluar las capacidades y la seriedad, así como la situación financiera, de los candidatos a la franquicia antes de confiarles el desarrollo de un negocio que lleva su marca. < [Volver al texto](#) >

## 2. *EL PREÁMBULO*

34. Los Estados que participaron en el Comité de expertos gubernamentales para adoptar la Ley Modelo contenida en este documento decidieron que debería incluirse en preámbulo del mismo una declaración por la que se indican las convicciones y las intenciones de los Estados. Este preámbulo puede entenderse como un mensaje dirigido a los Estados que van a consultar y a utilizar la Ley Modelo como base de su legislación nacional. Reconoce el hecho de que la franquicia desempeña un papel creciente en un gran número de economías nacionales. Recomendando la Ley Modelo a los Estados que han decidido adoptar una legislación específica en materia de franquicia, el preámbulo da una lista de parámetros que los legisladores podrían desear examinar en el momento en que estudiaran por primera vez la cuestión de si es necesario o no introducir una legislación específica sobre franquicia y, a continuación, cuando proceda, qué clase de legislación específica introducir. El preámbulo indica claramente que los legisladores no tienen la obligación de introducir la Ley Modelo, lo que es consecuencia lógica de la naturaleza inherente a una Ley Modelo. < [Volver al texto](#) >

## ***IV. COMENTARIO DE LAS DISPOSICIONES DE LA LEY MODELO***

35. La Ley Modelo tiene diez artículos. Todas sus disposiciones se refieren a la divulgación aunque van más allá de una simple lista de los elementos que deben revelarse. El artículo 1 delimita su ámbito de aplicación territorial y se precisa su ámbito de aplicación temporal en el artículo 9. El artículo 2 define los términos utilizados en la Ley Modelo. El artículo 3 trata de la entrega del documento de información, el artículo 4 de su presentación, el artículo 5 enumera los casos en los cuales se exige al franquiciador de la obligación de transparencia, y el artículo 7 trata del acuse

de recibo del documento por parte del franquiciado. El artículo 6 constituye la clave de la Ley Modelo puesto que enumera los elementos de información que el franquiciador debe proporcionar a un potencial franquiciado. El artículo 8 se refiere a los recursos abiertos al franquiciado en caso de incumplimiento del franquiciador de su obligación de información, y el artículo 10 trata de las renunciaciones.

### *1. ARTÍCULO 1 - ÁMBITO DE APLICACIÓN*

36. El apartado 1 del artículo 1 delimita el ámbito de aplicación territorial de la Ley Modelo especificando que:

1. la Ley Modelo está concebida para aplicarse a las franquicias (definidas en el artículo 2), excluyendo así cualquier otro tipo de contratos;
2. debe aplicarse a franquicias concedidas o renovadas para la explotación de una o varias actividades empresariales franquiciadas, lo que pone de manifiesto claramente que las franquicias contempladas incluyen tanto las franquicias directas como las franquicias principales o las operaciones de desarrollo; y
3. debe aplicarse en el Estado que adoptó la Ley Modelo. Es decir, se aplica a franquicias explotadas en el territorio nacional del Estado que la adopta, bien sean de procedencia nacional o extranjera. No está destinada a regular franquicias procedentes de un país que adoptó la Ley Modelo y que se explota en un país que no la adoptó, ni a franquicias cuyo único vínculo con el Estado que adopta la Ley Modelo es el hecho de que sea el lugar de firma del contrato de franquicia. La referencia al "Estado que lo adopta" figura entre corchetes con el fin de permitir a los Estados identificar el territorio sobre el cual la ley se aplica, de acuerdo con la formulación habitualmente adoptada en su país.

37. Conviene observar que, a efectos de la Ley Modelo, el término "Estado" incluye las unidades territoriales que forman un Estado que incluye dos o varias unidades territoriales, posean o no diferentes sistemas jurídicos aplicables en las materias reguladas por la Ley (artículo 2).

38. En relación con el ámbito de aplicación de la Ley, el legislador nacional puede querer considerar si, en un marco internacional, las partes pueden o no evitar la aplicación de la Ley designando como ley aplicable a

su contrato la de un país que no introdujo la Ley Modelo en su derecho interno.

39. Corresponderá también al legislador nacional determinar si la ley debe aplicarse solamente cuando el contrato de franquicia finalmente se concluye al final de las negociaciones entre las partes o conviene aplicarlo también cuando no se celebró el contrato de franquicia. A este respecto tiene especial relevancia el artículo 8, que prevé vías de recurso tanto en caso de que el franquiciador no haya revelado la información requerida, como en caso de información defectuosa ya sea por declaraciones que tienden a inducir a error por la omisión de un hecho significativo. En caso de concederse una franquicia, si la obligación de transparencia no se cumplió, según el artículo 8 (1) el franquiciado tiene derecho a poner fin al contrato de franquicia y/o pedir daños y perjuicios. Si finalmente no se concede la franquicia, no existirá responsabilidad derivada de esta ley para el franquiciador, pero el franquiciado podrá acceder a las vías de recurso disponibles según la ley aplicable (artículo 8 (3)).

40. Como se indicó anteriormente, la Ley Modelo se refiere a la obligación de divulgación y regula la divulgación que el franquiciador debe proporcionar al potencial franquiciado antes de la firma del contrato. No se refiere a la cuestión de la validez de un contrato una vez celebrado. El apartado 2 establece expresamente que, excepto disposición contraria de la ley, ésta no se refiere a la validez del contrato de franquicia o de cualquiera de sus cláusulas. [< Volver al texto >](#)

## 2. ARTÍCULO 2 - DEFINICIONES

*"afiliado del franquiciado"*

*"afiliado del franquiciador"*

41. La Ley Modelo se refiere a los "afiliados" tanto del franquiciador como del franquiciado. La definición de "afiliado" corresponde a la utilizada habitualmente en el Derecho de sociedades. La Ley Modelo utiliza el término "afiliado" para designar también a las personas que algunas leyes denominan "asociados". En materia de franquicia, los legisladores nacionales podrán sin embargo examinar qué tipo de control debe ser efectuado por una persona física o jurídica para merecer la calificación de "afiliado".



42. En el caso de un “afiliado del franquiciado”, la intención es cubrir las distintas entidades jurídicas bajo cuya forma puede organizarse un franquiciado. Queda claro que la definición no incluye al franquiciador, aunque se refiera a las personas jurídicas o físicas que controlan directamente o indirectamente al franquiciado. Mientras que el franquiciador efectivamente dispone de lo que se ha denominado un “control operativo”, este control consiste en la posibilidad de garantizar que el franquiciado se ajusta a la fórmula de la franquicia, y no en un control en términos de participación accionarial. El control al cual se hace referencia en las definiciones de afiliado del franquiciador o del franquiciado remite precisamente a esta participación. Evidentemente, no solamente se excluye al franquiciador de la franquicia en cuestión de la definición del afiliado del franquiciado, sino también a cualquier otro franquiciador del cual el franquiciado pudiese ser franquiciado como, por ejemplo, cuando el franquiciado lo es a la vez de un comercio de 24 horas y de un restaurante de comida rápida.

43. En el caso del “afiliado del franquiciador”, la intención es cubrir a las sociedades madres y filiales así como las sociedades del mismo nivel que el franquiciador. La Ley Modelo hace también referencia a las “filiales” (véase artículo 6(1)(G)) con la intención de cubrir solamente a las sociedades filiales. En este caso, el franquiciador es también accionista. [< Volver al texto >](#)

#### *“contrato de desarrollo”*

44. Los contratos de desarrollo son contratos utilizados para extender la explotación de una actividad sobre grandes territorios. A menudo se utilizan como alternativa a la franquicia principal. La diferencia entre ambos es que, en la franquicia principal, el propio franquiciador concede al sub-franquiciador (también llamado “master-franquiciado”) el derecho no sólo a administrar directamente las unidades franquiciadas sino también a conceder sub-franquicias a sub-franquiciados en el territorio que el franquiciador le concedió para desarrollar su actividad. En consecuencia, el sub-franquiciador actúa como franquiciador en este territorio. En este caso, no hay en principio ninguna relación entre el franquiciador y los sub-franquiciados, excepto en casos excepcionales (por ejemplo con el fin de conceder derechos de propiedad intelectual en algunos países). En el caso de los contratos de desarrollo, el franquiciador concede a su contraparte (en

inglés normalmente denominado el "*developer*") el derecho de acordar más de una franquicia en un territorio dado. A menudo existe un contrato marco de desarrollo, que cubre el conjunto de la operación, y otros contratos distintos para cada una de las unidades. [< Volver al texto >](#)

*"contrato de franquicia"*

45. La definición de "contrato de franquicia" debe leerse conjuntamente con la de "franquicia". Considerando que la franquicia incluye también los derechos concedidos en el marco de los contratos de franquicia principal, sub-franquicia y desarrollo, la expresión "contrato de franquicia" incluye también los contratos de franquicia principal, sub-franquicia, y desarrollo. [< Volver al texto >](#)

*"documento de información"*

46. La información que un franquiciador debe proporcionar a un franquiciado se contiene normalmente en un documento separado del contrato de franquicia, aunque los dos documentos se expidan juntos. En realidad, el contrato es a menudo un anexo del documento de información. Aunque la definición no lo afirma expresamente, con el fin de que resulte más fácil la consulta para el potencial franquiciado de la información revelada, ésta debería contenerse en un único documento de información y no en varios, aunque podría ser útil que algunas informaciones como los estados financieros se anexaran a este documento (vid. artículo 4 (2)). [< Volver al texto >](#)

*"franquicia"*

47. La definición de la franquicia y la descripción de sus elementos esenciales tienen por objeto precisar que la franquicia, tal como se contempla por la Ley Modelo, es la que se conoce como "franquicia de formato comercial" (*business format franchise*),<sup>6</sup> y no la "franquicia

---

<sup>6</sup> *N del T:* se ha utilizado la expresión "franquicia de formato comercial" por haberse utilizado en la *Guía para los Acuerdos de Franquicia Principal Internacional* de UNIDROIT; también podría utilizarse "franquicia de formato de empresa".

industrial" definida como la relativa a la fabricación de productos y consistente en la concesión de licencias de fabricación en virtud de patentes y/o de unos *know-how* combinados con licencias de marca, ni la "franquicia de distribución" definida como la relativa a la venta de productos, ni la "franquicia de servicios" definida como la relativa a la prestación de servicios<sup>7</sup>.

48. Al final de la definición de la franquicia se especifica que las "contraprestaciones financieras directas o indirectas" no incluyen el pago de un precio de adquisición equitativo de los bienes destinados a la reventa. El objetivo es excluir los casos de simple venta de bienes, por oposición a los sistemas de franquicia. La necesidad de operar esta distinción resulta de la proliferación del "*brand merchandising*" en algunos países. En el "*brand merchandising*" hay varios grados de control de la gestión de la actividad, pero estos controles no llegan a convertir a la unidad en una franquicia, aunque puede existir una cierta confusión en caso de que se establezca, por ejemplo, que la unidad puede indicar sobre la puerta el nombre comercial del "*franquiciador*", que puede obtener asistencia por parte del franquiciador, o incluso un determinado grado de control sobre la gestión de la unidad. En cuanto al término "financiera", indica una forma de contrapartida exclusivamente monetaria.

49. La precisión "de venta de bienes o de prestación de servicios" tiene por objeto aclarar que los casos donde los servicios no se prestan con carácter oneroso, es decir, donde no se "venden", no están cubiertos por la Ley Modelo.

50. La definición indica que el franquiciado se compromete a la venta de bienes o servicios "en su propio nombre y cuenta". Esto es con la intención de dejar claro que el franquiciado es independiente del franquiciador, que el franquiciado es un empresario que invierte y arriesga sus propios fondos, y que ni el franquiciador ni el franquiciado tienen que responder de los actos u omisiones del otro.

51. La definición indica que el control ejercido por el franquiciador debe ser "un control operacional significativo y continuo". El tipo de control

---

<sup>7</sup> Véase Reglamento de la Comisión (CEE) N° 4087/88 de 30 de noviembre de 1988 relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a categorías de acuerdos de franquicia, en DOCE L 359/46 de 28 de diciembre 1988, Considerandos 3 y 4.

al que se hace referencia no es un control accionarial, sino un control sobre algunas funciones destinadas a garantizar que el franquiciado actúa de acuerdo con el sistema desarrollado por el franquiciador y que la calidad de la prestación es la misma independientemente del punto de venta. Hay, por ejemplo, redes de hostelería con sistemas centralizados de reserva y otros sistemas en los cuales se centraliza la contabilidad. En la mayoría de los casos sin embargo el control efectuado por el franquiciador no es tan estricto sino que está dirigido simplemente a asegurar el respeto de las condiciones del sistema de franquicia y la calidad de los bienes o de la prestación de los servicios: en resumen, la dosis de control necesaria para mantener la buena reputación del sistema y de la marca implicada. El hecho de que el franquiciado sea un empresario independiente no debe ser nunca puesto en duda. Sin embargo, el control no debe ser tan laxo como para que el franquiciador eluda sus obligaciones de transparencia alegando que el control que ejerce no es suficiente, o no es lo suficientemente eficaz, como para ser considerado como "significativo y continuo".

52. La definición hace referencia a "un sistema indicado por el franquiciador". Esta terminología permite incluir los casos en los que el franquiciador no es el propietario de las marcas o signos distintivos involucrados. Puede haber casos en los que, por ejemplo, el franquiciador concibió un sistema, como una actividad de restauración rápida, en el cual una bebida de una marca particular es un elemento importante, aunque el franquiciador no esté involucrado en su producción y no sea propietario de la marca. Esta idea se retoma en la definición, cuando ésta precisa que el sistema concebido por el franquiciador "está sustancialmente asociado a una marca de producto o servicio, nombre comercial o logotipo indicado por el franquiciador".

53. El *know-how* es un elemento esencial del sistema de franquicia. Este término designa el conocimiento y la experiencia adquirida por el franquiciador durante los años en los cuales ejerció la actividad de la franquicia. Es el *know-how* transmitido al franquiciado lo que hace a la franquicia especialmente atractiva y le va a permitir ejercer con éxito la actividad sin cometer errores innecesarios ni realizar inversiones inútiles.

54. En la mayoría de los casos, el franquiciador ofrece una asistencia al franquiciado. La medida de la asistencia, ya sea simplemente la asistencia para iniciar la actividad o se trate de una asistencia continuada en el tiempo, implicando un papel más o menos activo por parte del franquiciador y su

personal, varía de una franquicia a otra. No hay regla para la determinar cuanta asistencia es necesaria, cada franquicia fija sus propias condiciones. De hecho hay franquicias en las que el franquiciador no proporciona ninguna asistencia, a excepción de la inicial. La definición menciona solamente la “asistencia” para que la Ley Modelo pueda aplicarse también a las franquicias que no prevén una asistencia continua.

55. La definición de la franquicia indica que tanto el *know-how* como la asistencia deben incluirse en el sistema de franquicia, aunque, en atención a las diferencias existentes entre los distintos países, no se precisan ni la naturaleza ni la cantidad de *know-how* y de la asistencia. Los legisladores nacionales tendrán pues la facultad de examinar si un sistema desprovisto de *know-how* o asistencia deben calificarse de franquicia. Si consideran que tal sistema puede estar cubierto por esta ley, podrán provechosamente modificar los términos de la definición escribiendo “*know-how* o asistencia” en vez de “*know-how* y asistencia”.

56. Los requisitos de que el sistema prescriba “en modo sustancial la forma en la cual el negocio franquiciado debe de ser explotado”, e “incluye un control operacional significativo y continuo por parte del franquiciador” tienen por objeto aclarar que no se trata solamente del control ejercido sobre el uso de las marcas como se haría en el marco de un contrato de licencia de marca, sino del control que el franquiciador ejerce sobre la naturaleza misma de la actividad, como, por ejemplo, el control sobre el número de horas de explotación de la actividad. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que se trata de un control operativo y no de un control accionario (vid. supra, apartado 50).

57. La definición de franquicia indica también que incluye los derechos concedidos por el franquiciador a un sub-franquiciador en el marco de un contrato de franquicia principal, los derechos concedidos por un sub-franquiciador a un sub-franquiciado en el marco de un contrato de sub-franquicia y los derechos concedidos por un franquiciador a otra persona en el marco de un contrato de desarrollo. La Ley Modelo utiliza el término “persona” relativo al contrato de desarrollo debido al hecho de que es prácticamente imposible traducir el término inglés “*developer*”. [< Volver al texto >](#)

*“hecho significativo”*

58. La Ley Modelo también define el “hecho significativo” en relación con los efectos que puede producir sobre la decisión del potencial franquiciado de adquirir la franquicia. Por lo tanto, la cuestión de si un hecho es o no significativo dependerá de nuevo de la respuesta que pueda darse a la pregunta de si un potencial franquiciado razonable hubiera, en las mismas circunstancias, adquirido la franquicia incluso estando al tanto de ese hecho. En caso afirmativo, el hecho probablemente no se considerará significativo, mientras que en caso negativo, probablemente lo será. [< Volver al texto >](#)

*“inducción a error”*

59. La “inducción a error” (*“misrepresentation”*) es un concepto mejor conocido en los sistemas jurídicos de Common Law que en los de Derecho civil. Tal y como está formulada, la definición no sólo incluye las falsas declaraciones intencionadas, sino también las que se hacen sin la atención suficiente por parte de su autor. Sin embargo, la denominada *“innocent misrepresentation”* en la que el autor de la declaración no es consciente de que ésta es errónea, no está cubierto por la Ley Modelo. La Ley Modelo se refiere al “autor” de la declaración ya que, aunque en la mayoría de los casos esta persona es el franquiciador, las declaraciones pueden también hacerse, o la información puede ser proporcionada, por afiliados, directivos o administradores del franquiciador. Debe tenerse en cuenta que las declaraciones contempladas son declaraciones referentes a hechos significativos, no a hechos con poca o ninguna importancia, y que los “hechos significativos” se definen como informaciones susceptibles de producir un efecto significativo sobre la decisión del potencial franquiciado de adquirir la franquicia. Los efectos de una declaración negligente o intencionalmente falsa referente a hechos significativos pueden ser considerables, no sólo porque el franquiciado puede haber sido inducido a adquirir la franquicia como resultado de tal declaración, decisión que no hubiera tomado si hubiera tenido conocimiento de la verdadera situación, sino también porque el franquiciado puede sufrir pérdidas o daños como consecuencia de ello. El artículo 8(1) prevé que el franquiciado víctima de la declaración de un hecho significativo que induzca a error tiene derecho a

poner fin al contrato de franquicia y/o a pedir daños y perjuicios, a menos que el franquiciado haya podido disponer de la información requerida por otros medios, que no se haya basado en tal declaración, o por cuanto se refiere a la rescisión, que la ruptura de la relación contractual sea, en este caso concreto, una medida desproporcionada. Conviene precisar que el derecho del franquiciado de poner fin al contrato y/o pedir daños y perjuicios no excluye cualquier otro derecho del que pueda ser titular en virtud de la ley aplicable (artículo 8(3)). [< Volver al texto >](#)

#### *“modificación sustancial”*

60. La Ley Modelo define la “modificación sustancial” en la información que debe ser divulgada, por el efecto que podría tener sobre la decisión del potencial franquiciado de adquirir la franquicia. La cuestión de si una modificación en la información es o no sustancial dependerá de la respuesta que pueda darse a la pregunta de si un potencial franquiciado razonable hubiera, en las mismas circunstancias, adquirido la franquicia incluso estando al tanto de la modificación. En caso afirmativo, la modificación probablemente no se considerará sustancial, mientras que en caso negativo, probablemente lo será. [< Volver al texto >](#)

#### *“omisión”*

61. El razonamiento que sustenta la definición de la “inducción a error” también sustenta la de “omisión”: los efectos de una omisión pueden incluir el que el potencial franquiciado sea inducido a adquirir una franquicia que de otro modo no habría adquirido y sufrir pérdidas o daños como consecuencia de ello. El artículo 8(1) prevé por lo tanto que en caso de omisión de un hecho significativo en un documento de información, el franquiciado tiene derecho a poner fin al contrato y/o a pedir daños y perjuicios, a menos que el franquiciado haya obtenido la información por otros medios, o que no se haya basado en tal declaración, o por cuanto se refiere a la rescisión y no a la acción para exigir daños y perjuicios, la ruptura de la relación contractual sea, en este caso concreto, una medida desproporcionada. De nuevo, el derecho del franquiciado de poner fin al contrato y/o pedir daños y perjuicios no excluye cualquier otro derecho del

que pueda ser titular en virtud de la ley aplicable (artículo 8(3)). [< Volver al texto >](#)

### 3. ARTÍCULO 3 – ENTREGA DEL DOCUMENTO DE INFORMACIÓN

62. El *apartado 1* indica en qué momento debe entregarse el documento de información al potencial franquiciado. El plazo indicado de catorce días es un compromiso entre el de veinte días impuesto por algunas legislaciones y el de siete o cinco días previsto por otros. Una duración de catorce días permite al potencial franquiciado estudiar el documento y obtener también el consejo de un experto. Dos momentos diferentes desencadenan la obligación de divulgación: la firma por el potencial franquiciado de cualquier contrato relativo a la franquicia, a excepción de los acuerdos relativos a la confidencialidad de la información ya entregada o que debe ser entregada al potencial franquiciado por el franquiciador; o el pago por el potencial franquiciado al franquiciador o a un afiliado del franquiciador de cualquier derecho en relación con la adquisición de una franquicia. Sin embargo, las palabras “cualquier derecho en relación con la adquisición de una franquicia” no deben interpretarse en el sentido de incluir el reembolso por parte del franquiciado al franquiciador de gastos en que éste hubiera incurrido en relación con visitas exploratorias al franquiciado o reuniones preliminares durante las cuales se discutiera el sistema de franquicia o la posibilidad de una venta de la franquicia. Tampoco se incluyen reembolsos por gastos derivados de la debida diligencia en la investigación de información, o en estudios jurídicos o de mercado en relación con el mercado en el que el potencial franquiciado pretende explotar la franquicia. Este apartado también especifica que el contrato de franquicia debe adjuntarse al documento de información, al que normalmente va anexo.

63. Los contratos de confidencialidad no desencadenan la obligación de divulgación ya que pueden operar muy pronto en las negociaciones entre el franquiciador y el potencial franquiciado, antes de que el potencial franquiciado se comprometa. La mención “cualquier contrato relativo a la franquicia” se refiere a cualquier documento por el cual el potencial franquiciado se comprometa a una inversión relativa a la franquicia. Si el potencial franquiciado no asume ningún compromiso, el franquiciador no debería estar sometido a la obligación de transmitirle la



información detallada contenida en el documento de información, dado que éste puede contener información confidencial que el franquiciador no debería verse obligado a asumir el riesgo de que se haga pública. No obstante, puesto que es necesario comunicar una serie de información confidencial al potencial franquiciado durante las negociaciones preliminares, es legítimo que el franquiciador exija del potencial franquiciado que mantenga esta información confidencial y que, a tal efecto, se concluya un contrato de confidencialidad sin que se desencadene la obligación de divulgación.

64. La información en cuestión no es sólo la contenida en el documento de información, sino también cualquier otra información que el franquiciador entregue, por escrito u oralmente. La firma de un contrato de confidencialidad puede ser una condición para que el potencial franquiciado pueda recibir el documento de información, lo que está justificado por el hecho de que este documento no contiene solamente información estadística como el número de franquicias que pertenecen a la red, sino que contiene también información sobre el sistema franquiciado, los métodos de gestión de la franquicia desarrollados por el franquiciador o cuestiones relativas a la propiedad intelectual. < [Volver al texto](#) >

65. El *apartado 2* exige que el documento de información se actualice en un determinado plazo, no indicado por la Ley Modelo, que empieza a correr a partir del cierre del ejercicio fiscal del franquiciador, dado que la Ley Modelo exige que, cuando éstos estén disponibles, se adjunten a los documentos de información los estados financieros auditados o verificados de manera independiente (vid. artículo 6(1)(N)(i)(c)). El número de días no se precisa, para permitir a cada Estado decidir el plazo que considere más conveniente. El cierre del ejercicio corresponde a un momento natural, puesto que el franquiciador, al igual que cualquier otro empresario, debe cumplir las obligaciones previstas en su país de origen. No obstante, aunque la actualización está vinculada al cierre del ejercicio fiscal del franquiciador y en consecuencia a la declaración de los estados financieros anuales, la formulación sigue siendo flexible, puesto que las normas aplicables varían de un país al otro. La idea es evitar sobrecargar al franquiciador con unas obligaciones que serían desproporcionadas en relación a las ventajas que obtendría el franquiciado, considerando que las obligaciones no varían solamente de un país al otro sino también según la estructura del franquiciador. Como mínimo, el plazo elegido debería ser

razonable para dar al franquiciador el tiempo suficiente para cumplir sus obligaciones. El apartado 2 prevé no obstante que cuando se produce un cambio importante en la información que debe revelarse según el artículo 6, esta modificación debe notificarse por escrito al potencial franquiciado, tan pronto como sea posible antes de que ocurran los acontecimientos descritos a los apartados 1(A) o 1(B). Esta condición se añadió con el fin de incluir cambios significativos o de gran importancia que deben ponerse en conocimiento del potencial franquiciado pero que, por razones de tiempo, no se mencionaron en la actualización del documento de información. Por ejemplo, si en el décimo mes tras la actualización del documento de información el franquiciador cambia de proveedor de un producto que constituye una piedra angular de la franquicia, el potencial franquiciado debe ser informado del cambio. Hay que tener en cuenta que si el potencial franquiciado recibe un documento de información y un hecho significativo ocurre después de ello, pero antes de que se celebre el contrato de franquicia, el potencial franquiciado puede tener derecho a recibir información sobre el mismo en virtud de su derecho interno, probablemente en forma de un nuevo documento de información que refleje la situación tras el hecho significativo. En algunos Estados, tales condiciones estarían previstas por lo que se conoce bajo el nombre de disposiciones "antifraude". Como esta nueva divulgación, por su propia naturaleza, se integra en la divulgación que ya se comunicó, normalmente no sería necesario un nuevo período de espera.

66. En algunos países, las futuras partes discuten una propuesta de contrato, introducen los cambios sobre los cuales se ponen de acuerdo y estudian a continuación el nuevo proyecto, y el período de espera previsto para su examen empieza a correr cada vez que se introduce una modificación al proyecto. Sin embargo, la situación más frecuente en el caso de la franquicia es que el potencial franquiciado negocie con el franquiciador para obtener mejores condiciones o concesiones. Por ello, el potencial franquiciado sabe perfectamente lo que ha obtenido del franquiciador y no necesitará recibir un nuevo contrato para su examen. En lugar de establecer una cadena de negociaciones y períodos de espera sucesivos, el artículo 3(1) de la Ley Modelo establece que el contrato de franquicia propuesto se adjunte al documento de información. [< Volver al texto >](#)

#### 4. ARTÍCULO 4 - FORMA DEL DOCUMENTO DE INFORMACIÓN

67. El *apartado 1* exige que la información se comunique por escrito. Este requisito es evidente, no sólo porque el potencial franquiciado debe estar en condiciones de examinar y evaluar la información que se le presenta, y no podría hacerlo más que con enormes dificultades si la comunicación fuera oral, sino también porque las dos partes pueden verse obligadas a aportar la prueba de la comunicación de la información, y dicha prueba sino puede existir sobre la base de un escrito. Esto no significa que la revelación debe redactarse sobre papel: el artículo 6(1) de la *Ley Modelo de la Comisión de las Naciones Unidas para el derecho mercantil internacional (CNUDMI) sobre comercio electrónico* dispone que "Cuando la ley requiera que la información conste por escrito, ese requisito quedará satisfecho con un mensaje de datos si la información que éste contiene es accesible para su ulterior consulta" y un mensaje de datos consiste en "la información generada, enviada, recibida o archivada o comunicada por medios electrónicos, óptimos o similares, como pudieran ser, entre otros, el intercambio electrónico de datos (EDI), el correo electrónico, el telegrama, el telex o el telefax" (artículo 2(a)). Las disposiciones que figuran en la Ley Modelo del CNUDMI representan las normas internacionales actuales. El aceptar o no que los documentos informatizados satisfagan la exigencia de la comunicación por escrito, dependerá de cada Estado.

68. El *apartado 2* precisa que el documento de información puede adoptar todo tipo de formato, con tal de que la información se presente un único documento, en una única vez y que la información contenida reúna las condiciones impuestas por la Ley Modelo. Algunas instituciones, tanto nacionales como multinacionales, han adoptado formularios particulares que deben seguirse y respetarse con el fin de cumplir las disposiciones relativas a la revelación de la información. Esta disposición está destinada a permitir a los franquiciadores que recurrieron a tales apoyos utilizarla de tal modo que satisfagan las exigencias de la Ley Modelo reduciendo al mínimo los gastos y los esfuerzos de las necesarias adaptaciones. La exigencia según la cual la información se presenta en forma de un único documento y en una única vez tiene por objeto garantizar que el franquiciador no retenga hasta el último momento información importante o sensible, induciendo a error al potencial franquiciado sobre la importancia de la información y debilitando así su vigilancia. [< Volver al texto >](#)

## 5. ARTÍCULO 5 – EXENCIÓN DEL DEBER DE DIVULGACIÓN

69. El objetivo de la divulgación de la información a nivel precontractual es permitir a un potencial franquiciado decidir si acepta o no la franquicia con conocimiento de causa. Hay no obstante una serie de casos en los cuales la divulgación no es necesaria; se enumeran en el artículo 5.

70. El *apartado A* descarta la obligación de divulgación siempre que el potencial franquiciado haya sido, durante al menos el año que precede inmediatamente la firma del contrato de franquicia, un dirigente o un administrador del franquiciador o de un afiliado del franquiciador. La razón es evidente: como dirigente o administrador del franquiciador o de un afiliado del franquiciador, definido en el artículo 2 como una persona física o jurídica que directa o indirectamente controla o es controlada por el franquiciador, o es controlada por otra persona que controla al franquiciador, el potencial franquiciado puede disponer de toda la información necesaria para tomar una decisión informada. Respecto a los elementos que figuran en el artículo 6, está claro que un dirigente o un administrador tiene acceso a esta información. [< Volver al texto >](#)

71. El *apartado B* descarta la obligación de divulgación en caso de asignación o de cualquier otra transferencia de los derechos y obligaciones del franquiciado bajo dos condiciones específicas, que deben cumplirse ambas para que haya exención. En primer lugar, el asignado o transferido debe estar vinculado sustancialmente por las mismas condiciones que el asignante o transferente: es decir, el único cambio significativo es el nombre del franquiciado que firma el contrato. La razón es que en estos casos un franquiciado que ceda o transfiera un contrato de franquicia, debería transmitirle todo al nuevo franquiciado, incluida la información que recibió al principio de su relación con el franquiciador; y si no hay ningún cambio importante en la relación, salvo la identidad de una de las partes, no se impone ninguna comunicación de información si se cumple la segunda condición. La segunda condición es que el franquiciador no debe verse implicado en la transacción, más que en la aprobación de la transferencia. Cuando el franquiciador no está implicado, el transferido no se basa en ninguna declaración del franquiciador para promover la transferencia. No obstante, si el franquiciador realiza nuevas declaraciones, la transacción puede considerarse sustancialmente similar a la venta de una nueva

franquicia, y por ello desencadenará la obligación de revelación del franquiciador.

72. Debe tenerse en cuenta que se supone que el asignante o transferente transmitirá al asignado o transferido toda la información recibida inicialmente del franquiciador. Sin embargo, no puede excluirse que el asignante o transferente transmita solamente parte de la información, quizá movido por su deseo de dejar la red de franquicia, y que por ello no se transmita información que puede afectar negativamente en la decisión del asignado o transferido. Tal comportamiento por parte del asignante o transferente podría considerarse similar a una inducción a error, y el asignante o transferente podría incurrir en responsabilidad respecto del asignado o transferido. [< Volver al texto >](#)

73. El *apartado C* hace referencia a lo que se designa bajo la expresión "franquicia fraccional". Son franquicias en las cuales el franquiciado no es nuevo en el sector, sino que ya ha desarrollado su actividad en ese negocio o uno similar durante un determinado tiempo (en la Ley Modelo durante los dos años anteriores), y la franquicia que pretende adquirir no representa más que un determinado porcentaje de su actividad; dicho de otro modo, el franquiciado no hace más que añadir otra línea de productos a su actividad. El apartado también da los parámetros que determinan si se reúnen las condiciones de exención de la obligación de información, es decir si el volumen de ventas de esa franquicia, tal y como se anticiparon razonablemente por las partes en el momento de perfección del contrato de franquicia, no supera el 20% del volumen total de ventas del conjunto de las actividades comerciales del franquiciado y sus afiliados durante el primer año de la relación; es decir, si las ventas que se espera pueda realizar la franquicia propuesta están por debajo de un 20% del importe total de la franquicia, acumulado al de la actividad del franquiciado al cual se adjunta la franquicia. La referencia a los afiliados del franquiciado tiene por objeto cubrir los casos en los cuales las actividades del franquiciado se organizan en una serie de entidades separadas, lo que significa que la nueva franquicia no sobrepasa el 20% del total acumulado de las ventas de todas estas entidades. [< Volver al texto >](#)

74. Los *apartados D y E* están destinados a dispensar al franquiciador de la obligación de revelación cuando el potencial franquiciado es un franquiciado económicamente importante quién se compromete a realizar de acuerdo con el contrato de franquicia una contribución financiera total

superior a una cifra no precisada en la Ley Modelo, o cuyo patrimonio neto contable, acumulado con el de sus afiliados, es superior a una cifra no precisada o cuyo volumen de negocios es superior a una cifra no precisada en la Ley Modelo. El concepto de "contribución financiera" es más amplio que el de "inversión", e incluye también categorías de gastos que, desde el punto de vista del balance, no se consideran como inversiones, aunque son necesarias para el negocio. Por ejemplo, las inversiones pueden ser máquinas utilizadas por la sociedad, mientras que contribuciones pueden ser las existencias de productos adquiridas para la reventa. El patrimonio neto al cual se hace referencia es el patrimonio neto real de la empresa, evaluado según las normas de contabilidad que se aplican en su país. En las disposiciones, las cifras se dejaron voluntariamente en blanco en la medida en que la importancia de la contribución puede tener valoraciones diferentes según los países y los sectores. Por ejemplo, la contribución necesaria para un comercio al detalle es claramente inferior a la de un hotel. Las franquicias que exigen grandes contribuciones financieras se negocian siempre detenidamente y es de esperar que los empresarios que aportan grandes sumas y que negocian asuntos de tal importancia financiera no tienen necesidad de la protección prevista por la Ley Modelo. Hay que tener presente que las grandes contribuciones financieras que se contemplan son aquellas a las cuales el potencial franquiciado se comprometió efectivamente. En resumen, se puede decir que el *apartado D* contempla una persona cuyo nivel de sofisticación y conocimiento le permiten dotarse con una asistencia jurídica conveniente y que no requiere la protección de la ley; mientras que el *apartado E* se refiere a empresarios que debido a su activo neto del balance o su volumen de negocios se supone que tiene tal nivel de sofisticación y tal experiencia que no tienen necesidad de ser protegidos por la Ley Modelo. [< Volver al texto >](#)

75. Las exenciones relativas a los casos de renovación o extensión de una franquicia en las mismas condiciones están previstas en el *apartado F*. En estos casos, las relaciones siguen sin ninguna modificación y como el franquiciado tiene toda la información necesaria, puesto que ya ha sido parte de la relación, no hay ninguna necesidad de revelación. [< Volver al texto >](#)

## 6. ARTÍCULO 6 – INFORMACIÓN QUE DEBE SER DIVULGADA

76. El artículo 6 clasifica la información que debe revelarse en dos categorías. La primera incluye la información que el documento de información *debe* contener (artículo 6 (1)), el segundo incluye otros elementos que el documento de información *debería* contener pero que pueden omitirse si se indican con una precisión suficiente en el contrato (artículo 6 (2)). Es decir, el *apartado 1* se refiere a información que en general no se incluye en el contrato de franquicia y cuya mayoría se refieren al franquiciador y a la red de la franquicia pero no se refieren a los derechos y a obligaciones de las partes. En cambio, el *apartado 2* exige la revelación de la información que se inserta normalmente en el contrato propiamente dicho porque tienen, en la mayoría de los casos, una importancia particular para la relación entre las partes. La razón por la cual se enumera en este artículo, a pesar de que normalmente se contiene en el propio contrato, es que no siempre se trata satisfactoriamente en el mismo.

77. El conjunto de ambos apartados exige que el franquiciador proporcione la información sobre todos los elementos de lo que se considera en principio una franquicia: la propiedad intelectual, el poder de control del franquiciador y los derechos y obligaciones de las partes, así como cualquier otra información que puede necesitar un potencial franquiciado para tomar una decisión informada. Además, el *apartado 3* prevé que en el caso de una franquicia principal, el propio sub-franquiciador no solo debe proporcionar al potencial sub-franquiciado la información referida a él, sino también información sobre el franquiciador que haya recibido éste.

78. La lista de los elementos de información contenida en el artículo 6 es muy detallada. La idea es llamar lo mejor posible la atención de los usuarios de la Ley Modelo sobre la mayoría, o incluso la totalidad, de los elementos importantes para la evaluación de una franquicia. El grado de precisión que introduce el legislador en una ley que se inspira en la Ley Modelo depende de redacción así como de la existencia de otras leyes que ya se aplican a los contratos de franquicia en el país y que podrían aplicarse a los elementos enumerados en el artículo 6. [< Volver al texto >](#)

### 1) *Apartado 1*

79. El *apartado 1* comienza por establecer un principio, a saber, que “En el documento de información el franquiciador deberá proporcionar la siguiente información”. La lista incluye elementos que la mayoría de los participantes en las reuniones, tanto del Grupo de estudio como del Comité de expertos gubernamentales, consideró como indispensable para la decisión informada del franquiciado. Cabe sin embargo recordar que este instrumento es una Ley Modelo, y que en consecuencia los legisladores son libres acortar o alargar la lista excluyendo algunos de estos elementos o añadiendo otra información que debe revelarse, adaptándolo de este modo a las necesidades y a las tradiciones de redacción locales. Las observaciones contenidas en el Informe Explicativo tienen por objeto facilitar la tarea de los legisladores nacionales justificando la presencia en la lista de cada uno de los elementos.

80. Los *sub-apartados A, B y C* se refieren al nombre y la dirección del franquiciador. La “razón o denominación social” mencionada en el *sub-apartado A* es el nombre oficial del franquiciador; es decir, si el franquiciador es una sociedad sujeta a registro, el nombre es el del registro. El domicilio es el precisado en el registro como dirección del franquiciador. La “forma jurídica” indica la estructura del franquiciador. Es importante para el franquiciado saber si el franquiciador es, por ejemplo, una sociedad de responsabilidad limitada o una corporación, porque ello le dará una clara indicación de la responsabilidad del franquiciador respecto al franquiciado y a sus clientes. También hay que revelar la dirección del lugar principal de actividad del franquiciador en el Estado donde el potencial franquiciado se sitúa, la cual puede ser diferente de la del domicilio social del franquiciador. Esto es importante sobre todo en un contexto internacional, si el franquiciador tiene una filial independiente o una sucursal en el país en cuestión. En este caso, la dirección de esta filial o esta sucursal sería el domicilio mientras que el domicilio social del franquiciador en su país de origen sería el lugar principal de actividad. [< Volver al texto >](#) El *sub-apartado B* se refiere a las marcas, los nombres comerciales o similares, bajo las cuales el franquiciador ejerce o tiene la intención de ejercer sus actividades. Esto cubre la denominación bajo la cual se ejerce la actividad, esté o no inscrita. La idea es dar al potencial franquiciado la posibilidad de investigar a la sociedad franquiciadora con el fin de descubrir, por ejemplo, si existen gravámenes contra ellos o no. El ámbito de aplicación del *sub-apartado B* se



limita al Estado en el cual el potencial franquiciado va a explotar la franquicia puesto que una información de esta clase es interesante principalmente, si no exclusivamente, para el Estado en cuestión y no para otros. [< Volver al texto >](#)

81. El *sub-apartado C* impone la obligación de revelación de la dirección del lugar principal de actividad del franquiciador en el Estado donde se sitúa el potencial franquiciado. Esto es importante, por una parte, para permitir al franquiciado tener un interlocutor en su Estado en caso de que esto fuera necesario, y por otra parte, por razones de seguridad: el franquiciado puede verse obligado a demandar al franquiciador y a tener acceso al patrimonio del franquiciador en su Estado. [< Volver al texto >](#)

82. El *sub-apartado D* impone al franquiciador el proporcionar una descripción de la franquicia que será explotada por el potencial franquiciado. Se debe tener en cuenta que en algunos países el contrato de franquicia no sería válido sin tal descripción. [< Volver al texto >](#)

83. El *sub-apartado E* impone la obligación de revelar la experiencia comercial del franquiciador y sus afiliados que conceden franquicias teniendo sustancialmente la misma denominación comercial, incluida la antigüedad de cada uno en la realización de operaciones comerciales del tipo de las que deben explotarse por el potencial franquiciado (*apartado E (i)*) y la antigüedad de cada uno en la concesión de franquicias en el mismo tipo de actividad que aquéllas que deben explotarse por el potencial franquiciado (*sub-apartado E (ii)*). Un ejemplo puede ilustrar las diferencias entre estos dos casos: el *sub-apartado E (i)* se refiere al tiempo durante el cual el franquiciador y cada uno de sus afiliados desarrollaron un negocio de restauración en general, mientras que el *apartado E (ii)* se refiere al tiempo durante el cual el franquiciador y cada uno de sus afiliados administró una pizzería en particular. [< Volver al texto >](#)

84. El *sub-apartado F* impone una obligación de divulgación sobre toda persona que tiene responsabilidades de alta dirección en la realización de las actividades comerciales del franquiciador en relación con la franquicia. La información que debe revelarse no se refiere solamente a los nombres, direcciones profesionales, y funciones ejercidas por tales personas (Presidente, Director General, etc.), sino también a su experiencia comercial. La fórmula "toda persona que tiene responsabilidades de alta dirección" designa a las personas a quienes se confían las funciones de dirección y

gestión comercial, lo que necesariamente no se limita al Director General o a las personas que tienen una función de dirección. El título oficial y las responsabilidades asumidas varían de un país al otro. < [Volver al texto](#) >

85. El *sub-apartado G* impone una obligación de información sobre las condenas pronunciadas en materia civil y en materia penal y en procedimientos arbitrales contra el franquiciador y todo afiliado del franquiciador que ha estado relacionado con la franquicia. Lo que se impone es la comunicación de la referencia de las condenas y comprobaciones de responsabilidad en el marco de una acción civil o de un arbitraje, relativas a un fraude, una declaración tendente a inducir a error o cualquier otro comportamiento similar. Eso significa que las condenas penales o civiles cuyos motivos son ajenos al fraude, a una inducción a error o a cualquier otro comportamiento similar, como la multa recibida para haber lanzado un papel de chicle por tierra, no tienen que revelarse. Sólo importa la información útil a la evaluación de la personalidad y la honradez de los individuos contemplados por la disposición. Por eso la exigencia no se extiende sólo a las franquicias, sino también a otras actividades comerciales: un franquiciador puede haber realizado anteriormente actividades comerciales diferentes, y en este marco puede haber sido declarado culpable de fraude. Es importante que un potencial franquiciado esté informado de estas condenas, ya que serán de especial importancia para poder decidir si quiere conceder su confianza al franquiciador. Se debe tener en cuenta que hay países en los cuales esta información es considerada importante y en los cuales su revelación se autorizará, y que hay otros en los que no. En estos últimos, exigir la revelación de condenas penales podría ser contrario a los regímenes jurídicos de protección de la vida privada, o incluso contrario a las garantías constitucionales de los ciudadanos. Los Estados que tienen tales legislaciones normalmente no estarán en condiciones, o no tendrán interés, en adoptar una disposición permitiendo la revelación de datos personales tan sensibles como las condenas penales.

86. La disposición sólo exige la revelación relativa al franquiciador y a los afiliados del franquiciador. Hay sin embargo otras personas en relación con las cuales los Estados podrían considerar que procede la entrega de tal divulgación. La primera categoría se refiere a los predecesores del franquiciador. Éstos pueden ser definidos como aquella entidad jurídica a la cual el franquiciador adquirió directa o indirectamente la mayor parte de sus activos. Ello se refiere no sólo a la venta del sistema de franquicia a un

nuevo franquiciador sino también a los casos en los cuales los franquiciadores que tienen dificultades establecen una segunda corporación para vender franquicias, encubriendo los problemas y defraudando a los inversores. La revelación de los litigios de los predecesores puede pues exigirse con el fin de evitar estos posibles fraudes. La segunda categoría incluye a las personas que tienen las principales responsabilidades en la gestión de los asuntos del franquiciador en relación con la franquicia. La revelación de información relativa a estas personas no está exigida por la Ley Modelo debido a que, en algunos países, ello podría ser contrario a algunos derechos constitucionales o a algunas normas sobre la protección de la vida privada. La razón es que en algunos países no es posible revelar este tipo de información con respecto a terceros sin violar sus derechos. En estos casos un franquiciador que entregara esta información podría incurrir en responsabilidad. Por el contrario, en otros países esta información sería pública y por tanto accesible por otros medios. En estos países sería perfectamente legítimo exigir que la información sea revelada.

87. El plazo relativo a la obligación de revelación impuesta por el sub-apartado G es de cinco años. Además, si hay actuaciones o acciones en curso contra el franquiciador o una de sus filiales, por fraude, inducción a error o cualquier comportamiento similar, este hecho también debe ser revelado. El objetivo es alertar al potencial franquiciado sobre el hecho de que existen litigios en curso, y permitirle así evaluar las posibles consecuencias de los mismos sobre su futura actividad como franquiciado. La Ley Modelo no exige que se den detalles, sino solamente la información de que se inició una acción o un arbitraje. Corresponde entonces al potencial franquiciado, si lo considera necesario, pedir más información al franquiciador o a la filial del franquiciador. Para ello se debe revelar la citación al procedimiento judicial o el documento similar en caso de procedimiento arbitral, por ejemplo un número de registro o similar. Los Estados pueden por supuesto limitar la información a las decisiones definitivas y excluir las acciones en curso. Con el fin de determinar si la revelación debe referirse o no a las acciones en curso, el legislador tendrá en cuenta naturalmente sus usos y prácticas. En algunos países, una revelación de la información relativa a las acciones en curso no constituirá en ninguna manera una declaración de culpabilidad del franquiciador sino que promoverá la confianza en su honradez. En otros países, el simple hecho de que una acción esté en curso se percibe negativamente: aunque la inocencia

del franquiciador o su filial se declarara más tarde, su reputación se vería perjudicada y en consecuencia sus negocios se resentirían. Debe tenerse en cuenta que, para las acciones en curso, la información que debe ser dada se refiere al franquiciador y a sus filiales, y no a sus afiliados. Eso procede de la decisión intencional de limitar el campo de la información que debe ser revelado. La determinación de quien debe considerarse filial debe hacerse según la legislación aplicable.

88. Es necesario observar que en el sub-apartado G los términos “declaración de responsabilidad” están destinados a aplicarse a las decisiones definitivas con carácter de cosa juzgada y no a las decisiones de declaración de derecho o provisionales.

89. Dada la importancia de la información relativa a las condenas penales y de declaraciones de responsabilidad derivada de una acción civil o de un arbitraje para la evaluación del carácter, la honradez y la seriedad del franquiciador, no hay limitaciones geográficas a la presente disposición. Eso significa que el franquiciador debe revelar la información cualquiera que sea el país a que se refiere. A este respecto, es necesario tener en cuenta que la información en cuestión se refiere siempre a un fraude, una inducción a error o un comportamiento similar, lo que representa una limitación natural, dado que un franquiciador honesto no puede cometer tales delitos. Además, las decisiones dictadas en un país pueden resultar muy importantes en los países vecinos. El aparentemente ilimitado ámbito de aplicación del sub-apartado G debe examinarse en relación con el artículo 8, que trata, entre otras cosas, de los recursos en caso de omisión de un hecho significativo. Un comportamiento calificado de delito en un país sin serlo en otro, no es necesariamente un hecho significativo y por ello no hay responsabilidad por no mencionarlo. No obstante, generalmente, si la condena se refiriera a un fraude, una inducción a error u otro comportamiento similar, cualesquiera que sean sus definiciones, ello sería considerado importante y debería entonces ser revelado. [< Volver al texto >](#)

90. El *sub-apartado H* impone la revelación de la referencia de cualquier procedimiento de insolvencia, concursal, o cualquier otro procedimiento comparable que afecte al franquiciador y sus afiliados durante los cinco últimos años, así como de la citación judicial al mismo. Por “otro procedimiento comparable” el texto designa cualquier procedimiento conducido por o bajo el control de la Administración o de una autoridad judicial; se excluyen no obstante las reestructuraciones puramente privadas

como los rescates de empresas por sus directivos. La importancia para un potencial franquiciado de recibir una información de esta naturaleza es evidente, de nuevo con el fin de poder evaluar la seriedad y la honradez del franquiciador. < [Volver al texto](#) >

91. Los *sub- apartados I, J, y K* se refieren a los franquiciados de la red. El *sub- apartado I* impone la revelación del número total de los franquiciados y de los establecimientos de los que es titular el franquiciador así como de los afiliados del franquiciador que conceden franquicias bajo un nombre comercial sustancialmente idéntico, en otras palabras, el número total de todo lo que podría considerarse normalmente como parte de lo que se designa como "red". En esta hipótesis, la palabra "red" hace referencia a la red mundial. En el caso de una franquicia principal, el sub-franquiciador se ve obligado a revelar el número de franquiciados y filiales de distribución en todo el mundo, de acuerdo con el apartado 3 del artículo 6, según el cual el sub-franquiciador debe comunicar a los sub-franquiciados toda la información especificada en esta disposición que recibió del franquiciador, información que incluye también la relativa al número total de franquiciados y de filiales de distribución. < [Volver al texto](#) >

92. El *sub- apartado J* impone al franquiciador comunicar al potencial franquiciado los nombres, direcciones profesionales, y números de teléfonos profesionales de los franquiciados, así como de los franquiciados de cualquier afiliado del franquiciador que conceden franquicias bajo un nombre comercial sustancialmente idéntico y cuyos establecimientos se sitúen más cerca del establecimiento propuesto al potencial franquiciado en el Estado del franquiciado y/o de los Estados contiguos, es decir, los Estados que tienen una frontera común con el Estado del franquiciado, o, si no hay Estados contiguos, en el del franquiciador. El sub- apartado permite a los Estados introducir una limitación en la información que debe proporcionarse, dejando el número de nombres y direcciones a determinar. El objetivo es permitir al potencial franquiciado ponerse en contacto con franquiciados que ya pertenecen a la red para preguntarles sobre su actividad o sus relaciones con el franquiciador. Si en el Estado del potencial franquiciado hay pocos, o ninguno, será importante que el potencial franquiciado pueda contactar con los franquiciados situados en otros Estados, en particular si estos Estados son próximos geográfica y culturalmente al del potencial franquiciado. La proximidad cultural puede a veces ser más importante que la contigüidad, ya que las situaciones de dos

Estados culturalmente cercanos pueden ser similares o presentar un interés común para los franquiciados situados en otro Estado. Si no hay ningún Estado contiguo al del potencial franquiciado, podría ser útil para éste contactar con los franquiciados del Estado del franquiciador. Es importante informar a los candidatos a la franquicia sobre la localización de los franquiciados de la red, sobre todo de los situados cerca de las unidades de explotación propuestas a la franquicia, ya que esto proporcionará un indicativo de la asistencia que el franquiciador puede proporcionar. Es incluso más importante para el potencial franquiciado el poder evaluar la asistencia realmente proporcionada por el franquiciador a los franquiciados de la red, apreciar los vínculos entre los miembros de la red y, sobre todo, las relaciones entre los miembros de la red y el franquiciador. [< Volver al texto >](#)

93. El *sub-apartado K* se deriva del sub-apartado J en la medida en que obliga a revelar información sobre los franquiciados del franquiciador y sobre los franquiciados de todo afiliado del franquiciador que conceden franquicias bajo un nombre comercial sustancialmente idéntico, dejaron de ser franquiciados durante los tres últimos ejercicios fiscales anteriores a aquél durante el cual se celebró el contrato de franquicia. También hay que precisar las razones por las cuales dejaron de ser franquiciados. No es necesario dar detalles sino indicar simplemente que el antiguo franquiciado pertenece a una de las siguientes categorías: rescisión o no renovación voluntaria, cancelación debida a procedimientos de concurso o insolvencia, cancelación como consecuencia de una decisión judicial o de un laudo arbitral; compra por el franquiciador o por el afiliado del franquiciador; otro tipo de re-adquisición por el franquiciador o el afiliado del franquiciador; denegación de renovación por el franquiciador o el afiliado del franquiciador; o rescisión por el franquiciador o el afiliado del franquiciador. Incluso breve y no detallada, una información de este tipo permite al potencial franquiciado saber si los franquiciados están satisfechos de la franquicia y del franquiciador, puesto que los franquiciados no satisfechos no suelen renovar su compromiso. Del mismo modo, puede ser difícil tratar con un franquiciador que cancela un gran número de franquicias, y es importante para un franquiciado saberlo. Además, el tipo de política adoptada por el franquiciador en sus informes con los franquiciados, en particular, si readquiere sistemáticamente las franquicias para explotarlas

a continuación por su empresa, es un elemento que el potencial franquiciado debe tener en cuenta. [< Volver al texto >](#)

94. La propiedad intelectual del franquiciador es fundamental en la relación de franquicia. Es la marca del franquiciador lo que conoce el público y es ella la que, con los otros elementos de la propiedad intelectual como los conocimientos técnicos, componen el sistema de franquicia. Puesto que los franquiciados remuneran al franquiciador para beneficiarse de la propiedad intelectual relevante de la franquicia, es muy importante para el franquiciado estar informado del límite exacto de sus derechos y conocer también los derechos y los límites del franquiciador o, en el marco de una franquicia principal, del sub-franquiciador. El *sub-apartado L* impone por ello la divulgación de la información relativa a los derechos de propiedad intelectual del franquiciador cuya licencia se transmite al franquiciado, y en particular la relativa a las marcas, patentes, derechos de autor, y derechos vinculados a los programas de ordenador. Impone, en particular, el revelar la información relativa al registro y/o de la solicitud de registro de la propiedad intelectual, al nombre del titular de los derechos de propiedad intelectual y/o el de la persona que solicita el registro, a la fecha en la cual expira el registro de los derechos de propiedad intelectual que son objeto de la licencia, así como a los procedimientos judiciales o cualquier otro procedimiento legal que podría tener efectos significativos sobre la utilización por el franquiciado de los derechos de propiedad intelectual en virtud del contrato de franquicia en el Estado en el cual la actividad comercial del franquiciado deba explotarse.

95. Esta información reviste una extrema importancia, sobre todo en los Estados donde el procedimiento de registro es largo. Si el franquiciador concede una franquicia antes del registro de un derecho de propiedad intelectual (en particular, una marca) y posteriormente se rechaza el registro, el franquiciador y todos franquiciados de la red podrían entonces ser privados del derecho de explotación la marca en ese Estado. La consecuencia sería que la empresa podría verse obligada a cambiar de marca, con los consiguientes gastos y riesgo de pérdida de credibilidad ante el público.

96. El sub-apartado se refiere a los procedimientos judiciales “que podrían tener efectos significativos sobre los derechos del franquiciado, [...] a usar la propiedad intelectual”. Esta formulación está destinada a incluir los casos en los que al franquiciador o al franquiciado se le denegó una acción

que tendía a impedir un tercero utilizará una marca. El derecho del franquiciador a utilizar la marca no se vería afectado, pero su actividad sí que podría serlo puesto que no estaría en condiciones de impedir la explotación de la marca por otra persona. < [Volver al texto](#) >

97. El *sub-apartado M* se refiere a una cuestión muy importante en las relaciones de franquicia, la relativa a los contratos de suministro. El franquiciador debe comunicar la información sobre las categorías de bienes y/o de servicios que el franquiciado debe comprar o arrendar. Estas categorías de bienes y servicios se clasifican en dos grupos, y el documento de información debe indicar en primer lugar si alguna de las categorías de bienes deben comprarse o arrendarse al franquiciador, sus afiliados, o un proveedor designado por el franquiciador (*sub-apartado M (i)*), y si el franquiciado tiene el derecho a recomendar a otros proveedores para su aprobación (*apartado M (i)*). Esta distinción se basa en el hecho de que existen productos, bienes o servicios, que o bien son característicos de la franquicia y solamente están disponibles a través del franquiciador, sus afiliados o de proveedores en estrecha relación con el franquiciador; o bien están tan vinculados a la calidad de los bienes o servicios presentados al público que el franquiciador debe estar en condiciones de garantizar que se controla su procedencia. Por otra parte, hay bienes o servicios para los cuales no es necesario utilizar las mismas vías de suministro que las indicadas en el apartado M (i), pero para los cuales sigue siendo necesario un determinado control. En este último caso, basta con que el franquiciado obtenga la aprobación del franquiciador sobre estas distintas fuentes de suministro. Si el franquiciador constata que el nivel de calidad de los productos de estos proveedores corresponde al requerido por la franquicia, difícilmente puede rechazar a los nuevos proveedores. Hay por supuesto un tercer grupo, que no figura en el sub-apartado y que comprende los bienes que el franquiciado no está en la obligación de adquirir del franquiciador o de un proveedor designado por éste, ni tampoco de obtener la su aprobación. Se trata de bienes o servicios que no son específicos a la franquicia o para los cuales el control del franquiciador no es necesario, como las verduras compradas por un restaurante para la adquisición de los cuales el franquiciado puede usar su propia experiencia profesional.

98. El término "comprados" se utiliza también para los servicios en el apartado (M) (i) de la Ley Modelo con el fin de precisar que los servicios no son prestados gratuitamente sino con carácter oneroso.



99. Además de la información sobre los bienes y servicios, el franquiciador debe revelar también si cualquier remuneración o ventaja que el franquiciador o cualquiera de sus afiliados pueden recibir directa o indirectamente de cualquier proveedor de bienes y/o servicios al franquiciado, como descuentos, bonificaciones, o incentivos respecto a dichos bienes y/o servicios, serán transmitidos al potencial franquiciado o, si no, si el franquiciador o el proveedor recomendado por el franquiciador remarca el precio para revenderlo al franquiciado (*sub-apartado M(iii)*). La fórmula “directa o indirectamente” permite incluir por ejemplo la remuneración que corresponde a una adquisición de participación, es decir, las acciones u otros derechos percibidos por el franquiciador en lugar de un pago en dinero.

100. El sub-apartado M(iii) está destinado a proporcionar al franquiciado información que le permita realizar una evaluación exacta de los vínculos entre el franquiciador o sus afiliados y los proveedores. Si a un franquiciado se le somete a la obligación de abastecerse de un proveedor en particular, quiere saber si las condiciones que se le proponen son equitativas. Para ello es necesario que esté en condiciones de comparar el precio establecido por el franquiciador, sus afiliados y otros proveedores designados por el franquiciador con los precios practicados libremente en el mercado para productos o servicios equivalentes. Los posibles descuentos concedidos al franquiciador, por los proveedores designados por él, pueden ser también un factor a tener en cuenta por el potencial franquiciado a la hora de evaluar la correspondencia entre lo que se le ofrece y lo que deberá pagar al franquiciador, como mínimo porque los costes del franquiciado probablemente aumentarán si el franquiciador o las otras personas mencionadas reciben tales beneficios o ventajas, ya que una parte de lo que el franquiciado paga se transmitirá a estas personas. [< Volver al texto >](#)

101. El *sub-apartado N* trata de las cuestiones financieras. Los elementos que, según la Ley Modelo, deben revelarse se enumeran en varios sub-apartados, refiriéndose el primero a “una estimación del importe total de la inversión inicial del potencial franquiciado” (*apartado N(i)(a)*). La información sobre las previsiones relativas al importe total de la inversión inicial es evidentemente importante para permitir al potencial franquiciado evaluar si está en condiciones de adquirir o no la franquicia. Un elemento que ha sido excluido, de la estimación que el franquiciador debe proporcionar al potencial franquiciado, es el mínimo de capital de trabajo

requerido. La razón de esta exclusión es que para considerar el importe mínimo del fondo de operaciones, el franquiciador debería hacer previsiones de beneficios y que tal previsión sería demasiado incierta para poder efectuarse. Esta disposición impone solamente que el franquiciador proporcione una estimación razonable de la inversión inicial total. El método preciso de presentación al potencial franquiciado de esta evaluación se deja a la valoración del franquiciador. Mientras que la información sobre los costes iniciales es obviamente importante para el potencial franquiciado, para el franquiciador puede ser bastante difícil de proporcionar, sobre todo, para un franquiciador que entra por primera vez en un mercado extranjero. De hecho, en estos casos, los potenciales franquiciados locales pueden estar en una mejor posición para evaluar los costes, por ejemplo los costes inmobiliarios y laborales, y puede que el franquiciador confíe en el potencial franquiciado para obtener esta información. En consonancia, el franquiciador sólo debe proporcionar al potencial franquiciado una evaluación razonable de los costes basada en la información que el franquiciador ya tiene o puede fácilmente obtener. El franquiciador no está obligado a sufragar los costes vinculados, por ejemplo, a un profundo análisis de mercado en el país extranjero. La evaluación podría más bien basarse en la venta de una franquicia muy similar en otro país identificado. Dado que este tipo de información representa solamente la mejor de las estimaciones, no deben considerarse nunca como una garantía y los potenciales franquiciados deberían comprender que los costes definitivos para desarrollar una franquicia pueden revisarse considerablemente durante las negociaciones.

102. El *sub-apartado N(i)(b)* impone la obligación de divulgar las oportunidades de financiación ofrecidas o negociadas por el franquiciador. Algunos franquiciadores establecen planes especiales de financiación que proponen a los franquiciados, o llegan a un acuerdo con un banco para que éste proporcione a sus franquiciados una financiación a tipos especialmente ventajosos. Si tales planes existen, la Ley Modelo impone la divulgación.

103. El *sub-apartado N(i)(c)* impone la obligación de divulgar los estados financieros y, cuando estén disponibles, de los estados financieros auditados o verificados de manera independiente, y, en particular, los balances, estados de pérdidas y ganancias de los tres años anteriores. En principio, estos documentos acompañan al documento de información como anexos. Si el franquiciador no está en condiciones de proporcionar los estados financieros de los tres años anteriores debido a que su sociedad

acaba de ser creada, debe revelar los mismos documentos preparados desde el principio de su actividad. La justificación de esta exigencia es que el potencial franquiciado debería tener acceso a esta información también cuando el franquiciador acaba de comenzar su actividad. Es más, si se exigiera al franquiciador que comunicara sus estados financieros y no estuviera en condiciones de hacerlo, sin esta obligación el franquiciador o bien sería responsable por incumplir sus obligaciones, o bien no podría conceder franquicias hasta pasados tres años.

104. La disposición se refiere a la vez a los “estados financieros” y a “los estados financieros auditados o verificados independientemente de otro modo” debido al hecho de que las condiciones difieren considerablemente de un país a otro. De hecho, algunos ordenamientos jurídicos no imponen en absoluto la obligación de auditar los estados financieros. En algunos países, por ejemplo, los estados financieros se consideran “auditados” si lo están por un contador público. En otros, las empresas pueden encargar funciones de auditoría a un directivo, cuyas funciones pueden variar de un país al otro. En otros países, finalmente, las empresas pueden recurrir a un profesional que no es empleado de la empresa, aunque el lugar que ocupa es comparable al de un directivo de la sociedad. En este caso, este profesional es jurídicamente independiente de los directores ejecutivos.

105. No sólo los tipos de “auditoría” varían según los países, sino que las condiciones de la auditoría impuestas a los distintos tipos de empresas difieren también. Por ejemplo, en algunos países las pequeñas y medianas empresas no están obligadas a efectuar una auditoría formal y solamente las sociedades cotizadas en el mercado financiero deben someter sus estados financieros cada año.

106. Para un potencial franquiciado, lo importante es poder evaluar la solvencia financiera de la empresa del franquiciador, así como el nivel de desarrollo y las posibilidades de desarrollo de la red. Esta es la razón por la que el franquiciado preferiblemente querrá que los estados financieros tengan un cierto carácter oficial, aunque no hayan sido auditados por quien cuente con la acreditación oficial para ello. Por eso la Ley Modelo establece que se deberían proporcionar, cuando estén disponibles, los “estados financieros auditados o verificados independientemente de otro modo”. La posibilidad reconocida a los franquiciadores de no proporcionar estados financieros auditados o verificados de manera independiente se debe a que si se exigieran tales documentos incluso cuando ello no es requerido por la

legislación nacional, podría implicar gastos excesivos para los pequeños franquiciadores.

107. La Ley Modelo no precisa de qué Estado conviene utilizar las normas contables en la preparación de los estados financieros. En teoría, un documento de información podría incluir los estados financieros preparados según los principios contables del Estado del franquiciado, del franquiciador, o de la futura unidad franquiciada si no es el mismo Estado que el del franquiciado. El hecho de imponer normas específicas podría no obstante aumentar los costes de explotación del franquiciador, desincentivando así la expansión a nuevos mercados. Un franquiciador que quiere introducirse en un nuevo mercado, por ejemplo, puede ya haber incurrido en importantes gastos para auditar sus estados financieros según los principios contables de su Estado de origen. El gasto adicional de revisar o preparar estados financieros suplementarios para responder a los principios contables de un Estado extranjero puede ser tan elevado que desincentive a numerosos franquiciadores a la hora de ofrecer nuevas oportunidades de franquicia en ese país. Al mismo tiempo, el legislador puede desear proteger a los potenciales inversores contra informes financieros difíciles de comprender o que presentan información financiera de manera muy diferente de la que se utiliza en sus países de origen. Así pues, al examinar la cuestión de las normas contables, el legislador debería sopesar las posibles barreras que constituiría el hecho de imponer principios contables específicos, respecto al interés del Estado que desea facilitar el acceso a las franquicias.

108. Cierta número de franquiciadores proporcionan a los franquiciados potenciales información estadística sobre los resultados financieros de las unidades de explotación del franquiciador, sus afiliados o los franquiciados de la red. Esta información puede referirse al resultado financiero realizado en el pasado, o a proyecciones o estimaciones financieras futuras. Como los potenciales franquiciados se basan a menudo en estas cifras, porque normalmente quieren saber cuanto pueden ganar con el negocio antes de entrar en una franquicia, el *sub-apartado N(ii)(a)* establece que tal información debe tener una base razonable en el momento en que se proporciona (*sub-apartado N(ii)(a)(aa)*), debe incluir asunciones significativas que subyacen tras su preparación y presentación (*sub-apartado N(ii)(a)(bb)*), debe precisar si se basa en resultados reales de establecimientos existentes (*sub-apartado N (ii)(a)(cc)*), debe especificar si se basa en establecimientos de los que es titular el franquiciador y/o los franquiciados

(*sub-apartado N (ii)(a)(dd)*) y debe indicar el porcentaje de los establecimientos que alcanzan o exceden cada nivel o resultado (*sub-apartado N (ii)(a)(ee)*).

109. Las razones por las cuales las condiciones anteriormente mencionadas se insertaron en el *sub-apartado N* son que cualquiera que sea la base de las estimaciones presentadas por el franquiciador, el potencial franquiciado tiene derecho a conocer el método de selección utilizado con el fin de apreciar la veracidad de la información presentada por el franquiciador. Esto es importante también porque las estimaciones son realizadas por el franquiciador sobre elementos de información proporcionados por los franquiciados o por terceros y el franquiciador, en la mayoría de los casos, no está en condiciones de comprobar la información. Es necesario, no obstante, tener en cuenta que el franquiciador sólo es responsable en caso de inducción a error (artículo 8), y que el artículo 2 define la inducción a error como “una declaración de un hecho cuyo autor conocía o debía haber conocido que no era veraz en el momento en que fue formulada”. Lo que justifica las disposiciones de los *sub-apartados N (ii)(a)(dd)* y *(ee)* es que, muy a menudo, las unidades de explotación del franquiciador tienen un mejor rendimiento que las de los franquiciados. Si es el caso, el potencial franquiciado tiene el derecho a saberlo. Si las unidades de explotación del franquiciador producen 100 y las de los franquiciados solamente 50, o incluso menos, entonces es importante que el potencial franquiciado lo sepa, del mismo modo que es importante la información sobre los márgenes de beneficios de las unidades del franquiciador respecto a las del franquiciado.

110. No todos los franquiciadores proporcionan información sobre previsiones de beneficios, pero cuando lo hacen el potencial franquiciado debe saber que, sean cuales sean las previsiones, nada le garantiza que ganará el nivel de beneficio indicado. Por esta razón, el *sub-apartado N (ii)(b)* establece que si se proporciona la información financiera contemplada en el *sub-apartado N (ii)(a)*, el franquiciador debe precisar que los niveles de rendimiento efectivamente alcanzados por el establecimiento del potencial franquiciado pueden diferir respecto de los contenidos en la información proporcionada. [< Volver al texto >](#)

111. El *sub-apartado O* exige que el franquiciador proporcione al potencial franquiciado una descripción del estado del mercado general y del mercado local de los bienes o servicios objeto del contrato, así como de las

perspectivas de desarrollo del mercado. Aunque tal exigencia pueda parecer detallada, lo que se contempla no es un estudio de mercado completo sino una breve presentación que incluya información sobre, por ejemplo, el volumen de negocios del sector en cuestión, el número de empresas presentes en este sector y las normas jurídicas que son aplicables. Esta información es especialmente importante en los países donde el franquiciador nunca había actuado antes y para los cuales el franquiciador no tiene información relativa a la franquicia que proporcionar al potencial franquiciado. [< Volver al texto >](#)

112. El *sub-apartado P* es el último punto de la lista. Es una cláusula de cierre que exige la divulgación de cualquier otro elemento necesario para impedir que el documento de información pueda inducir a error a un potencial franquiciado razonable. La disposición se introdujo debido al hecho de que era imposible contabilizar todos los elementos de información que podrían ser necesarios para el potencial franquiciado. Puede haber alguna información referida exclusivamente a la franquicia en cuestión, la cual tendría un impacto en la decisión del potencial franquiciado de entrar en franquicia, pero que no sea exigida expresamente por la Ley Modelo y que podría ser ocultada al potencial franquiciado si no hubiese una cláusula de cierre. Ejemplos de tal información son el hecho de que el franquiciador esté a punto de vender la red, o que un competidor importante esté a punto de penetrar en el mercado geográfico que el potencial franquiciado va a desarrollar, o también que un empleado clave va a abandonar la empresa. [< Volver al texto >](#)

## 2) *Apartado 2*

113. Tal como se indica en el punto 76, el *apartado 2* del artículo 6 enumera una serie de elementos que deben ser revelados en el documento de información, a menos que hayan sido adecuadamente contemplados en el contrato de franquicia, en cuyo caso el franquiciador puede, en el documento de información, simplemente remitirse a las secciones pertinentes del contrato. Estos elementos son fundamentales para la franquicia y por ello suelen figurar en el propio contrato de franquicia, pero la cuestión es si están contemplados satisfactoriamente. Su naturaleza fundamental es tal, que el potencial franquiciado debe ser advertido incluso sobre la ausencia de algunos de esos elementos de información en el contrato. Por esta razón, el párrafo inicial del apartado 2 precisa que si los

puntos de información enumerados en el apartado no están presentes en el contrato de franquicia propuesto, ese hecho debe ser especificado en el documento de información.

114. La Ley Modelo no precisa los criterios adecuados para conseguir el propósito de esta disposición, ya que no existen criterios aplicables absolutos: lo que es adecuado en un contrato no lo es necesariamente en otro. Esta es la razón por la que la Ley Modelo ha optado por una mayor flexibilidad, lo que permitirá a los jueces realizar un análisis individualizado de cada caso, basándose en los hechos y circunstancias de cada uno de ellos.

115. El primer elemento de la lista es la duración y las condiciones de renovación de la franquicia. La "duración" designa el periodo de tiempo por el cual la franquicia se concedió (*sub-apartado A*). [< Volver al texto >](#)

116. El *sub-apartado B* obliga al franquiciador a proporcionar una descripción de los programas de formación inicial y continua. La razón para esta exigencia es que, desgraciadamente, los franquiciadores sólo raramente proporcionan una información satisfactoria a este respecto. Puesto que el franquiciado compromete a veces grandes sumas por los programas de formación que debe seguir, es importante que esté informado sobre estas cuestiones, como por ejemplo de la duración del programa de formación, tanto del número de días por semana como de las horas al día, del coste de los programas de formación, del carácter obligatorio de la formación, y en caso afirmativo de la periodicidad de la misma. [< Volver al texto >](#)

117. El *sub-apartado C* se refiere a la amplitud de cualquier derecho de exclusiva concedido por el franquiciador al franquiciado, incluyendo los derechos de exclusiva relativos al territorio y/o a la clientela. En la franquicia, los derechos de exclusiva concedidos por el franquiciador a los franquiciados de la red se suelen considerar fundamentales. Un derecho de exclusiva muy importante es el relativo al territorio. En este caso, el franquiciador concede al franquiciado el derecho exclusivo a desarrollar un territorio particular y se compromete a no conceder a otros franquiciados el derecho a abrir unidades de explotación en este territorio. Se menciona la amplitud del derecho de exclusiva concedido, ya que la exclusividad territorial puede no referirse solamente a la concesión de derechos de exclusiva otros franquiciados, sino que puede también extenderse al propio franquiciador, que puede asumir la obligación de no abrir filiales en ese

territorio. La palabra “amplitud” de los derechos exclusivos indica que el franquiciador debe precisar si los derechos exclusivos que concede incluyen también estas otras posibilidades.

118. El sub-apartado C obliga al franquiciador a revelar si conserva algún derecho a usar o licenciar el uso de las marcas cubiertas por el contrato de franquicia (*sub-apartado C (i)*), o de vender o distribuir los bienes y/o los servicios autorizados a la venta por el franquiciado, directa o indirectamente, a través de la misma red de distribución o de cualquier otra, tanto bajo las marcas previstas en el contrato de franquicia como bajo cualquier otra marca (*sub-apartado C (ii)*). La información sobre estas cuestiones es importante porque puede tener una influencia sobre la actividad del franquiciado. En el caso del sub-apartado C (i), por ejemplo, si el franquiciador se reserva esos derechos, un franquiciado que vende pizzas bajo una marca puede descubrir que el franquiciador concedió la licencia del derecho a utilizar la misma marca a un fabricante de collares anti-pulgas para perros, lo que puede tener consecuencias sobre las ventas de pizzas por el franquiciado. En el caso contemplado en el sub-apartado C (ii), el franquiciado puede descubrir que el franquiciador distribuye los bienes o servicios por medio de la gran superficie de la esquina, posiblemente a precios más bajos, o que los mismos productos se comercializan a un precio menor bajo otra marca, disminuyendo así las ventas del franquiciado. Es pues especialmente importante que se informe al franquiciado de cualquier reserva de tales derechos por parte del franquiciador. [< Volver al texto >](#)

119. De acuerdo con el *sub-apartado F*, el franquiciador debería también precisar si los derechos exclusivos que concedió tienen algún tipo de restricción. Por ejemplo, los derechos exclusivos relativos a la clientela normalmente consistirán en una exclusiva de venta limitada a un territorio en particular. Es decir, el franquiciado de un territorio en particular no debería aceptar un pedido hecho por teléfono por un cliente situado en el territorio de otro franquiciado. El franquiciador debería pues precisar las limitaciones impuestas al franquiciado acerca de los clientes a los cuales tiene el derecho a vender. Otras limitaciones que deben revelarse al potencial franquiciado son las restricciones o condiciones relativas a los bienes y/o a los servicios que el franquiciado tiene el derecho a vender. Por ejemplo, es importante que el franquiciado sepa si se somete a una obligación de no vender más que los bienes de la marca del franquiciador o si puede vender también otros productos, o si no tiene el derecho a vender



ningún producto de una determinada marca (*sub-apartado J*). [< Volver al texto >](#)

120. Los *sub-apartados D* y *E* se refieren a la rescisión del contrato de franquicia, es decir, a la extinción voluntaria del contrato y no a la resultante del término del contrato. El *sub-apartado D* impone al franquiciador el revelar la información sobre las condiciones en las cuales el franquiciador puede poner fin al contrato de franquicia y sobre los efectos de tal rescisión. El *sub-apartado E* impone al franquiciador el revelar la información relativa a las condiciones en las cuales el franquiciado puede poner fin al contrato de franquicia y a los efectos de tal rescisión. Esta doble condición es importante ya que los contratos de franquicia suelen prever una larga lista de circunstancias en las cuales el franquiciador tiene derecho a terminar el contrato, mientras que no suelen establecer nada respecto al mismo derecho del franquiciado. Es también importante que un potencial franquiciado conozca las consecuencias de una rescisión, en particular, si puede conservar sus derechos sobre la clientela, con el fin de permitirle evaluar la pérdida que puede sufrir en caso de rescisión. [< Volver al texto >](#)

121. El *sub-apartado G* precisa que el franquiciador debe revelar toda cláusula de no competencia aplicable tanto durante la duración del contrato de franquicia como en fase post-contractual. Las cláusulas de no competencia prohíben al franquiciado hacer competencia al franquiciador o a la red de franquicia tanto durante la duración de la franquicia (por ejemplo, el franquiciado puede no estar autorizado a tener acciones de una sociedad competidora o a desarrollar una actividad que haga competencia a la franquicia) o después de la extinción del contrato. Las cláusulas de no competencia que se mantienen después del final del contrato de franquicia deben precisar la duración de sus efectos (por ejemplo, el franquiciado no está autorizado a participar en una actividad que haga competencia a la franquicia durante dos años a partir de la fecha en la cual el contrato finalizó) y pueden también precisar el territorio sobre el cual se aplican (territorio de exclusividad del antiguo franquiciado o, por ejemplo, radio de [x] kilómetros en torno a las franquicias que pertenecen a la red). El conflicto posible entre estas disposiciones y el Derecho de la competencia aplicable en los Estados debería tenerse en cuenta. [< Volver al texto >](#)

122. Los *sub-apartados He* y *I* se refieren a los cánones y a otras remuneraciones. El *sub-apartado H* impone la obligación de revelar el canon inicial de la franquicia, que es el importe que paga el franquiciado para

entrar en la franquicia. La disposición impone el informar de si una parte del canon es reembolsable y las condiciones en las cuales se efectuará el reembolso. Por el contrario, el *sub-apartado I* impone la divulgación de otros cánones y cualesquiera otros pagos, lo que incluye cualquier aumento de cánones impuestos por el franquiciador con la finalidad de compensar retenciones de impuestos. Entre los cánones más importantes figuran los gastos publicitarios. Se trata de cánones pagados al franquiciador para organizar la publicidad de la red a nivel nacional. Los costes de tal acción publicitaria se comparten entre el franquiciador y los franquiciados de la red, cada uno de los cuales paga un determinado importe al franquiciador a intervalos determinados. La publicidad local se confía en principio directamente al franquiciado. Los incrementos de cánones son las sumas que algunos franquiciadores imponen a los franquiciados para compensar los impuestos sobre los cánones que perciben, de manera que estas sumas corresponden a las que el franquiciador debe pagar con cargo al impuesto. Así pues, el franquiciador recibirá el importe total que se le debe de conformidad con los cánones de modo que quien pagará el impuesto será el franquiciado. Eso tiene como efecto empeorar la situación del franquiciado, que descubre que no tiene solamente que pagar cánones sino también, en nombre del franquiciador, el impuesto que los afecta. Es pues importante que el franquiciado sea informado de estas exigencias del franquiciador.

[< Volver al texto >](#)

123. El *sub-apartado K* impone al franquiciador la obligación de revelar las condiciones en las cuales el franquiciado o el franquiciador pueden asignar o transferir la franquicia a terceros. Tales condiciones pueden incluir el posible consentimiento del franquiciador para una asignación o una transferencia, la aprobación por parte del franquiciador del nuevo franquiciado, o la indemnización obligatoria debida al franquiciador por el franquiciado para compensar el período de formación a realizar por el nuevo franquiciado antes de entrar en la franquicia. [< Volver al texto >](#)

124. El *sub-apartado L* impone la divulgación de la información relativa a la elección del foro, de la ley aplicable, y cualquier procedimiento de resolución de conflictos seleccionado. Anteriormente, y en menor medida actualmente, los franquiciadores en el contexto internacional imponían a menudo tales disposiciones. La consecuencia era que el foro seleccionado solía ser el que le convenía al franquiciador, a menudo el de su Estado de origen, y que la ley que se aplicaba al contrato también solía ser la de ese

mismo Estado. Eso podría plantear problemas al franquiciado, en la medida en que estará menos familiarizado con el derecho del Estado de origen del franquiciador y que deberá también hacer frente a gastos considerables para poder perseguir al franquiciador en su Estado. Los métodos de resolución de los litigios pueden incluir el arbitraje o cualquier otro método alternativo de resolución de los litigios como, por ejemplo, la mediación. En este caso, parece importante, para el potencial franquiciado, conocer qué normas de arbitraje serán aplicadas y que tribunal o cámara de arbitraje se conocerá de la cuestión, teniendo en cuenta, en particular, que los gastos de estos procedimientos varían considerablemente de un tribunal o cámara a otro, no sólo por cuestiones como la traducción de los documentos. [< Volver al texto >](#)

### 3) *Apartado 3*

125. El *apartado 3* se refiere especialmente a la situación de la franquicia principal. De acuerdo con la definición de “franquiciador” del artículo 2, para la Ley Modelo el concepto de “franquiciador” incluye también al sub-franquiciador en el marco de la sub-franquicia. Esto significa que la información que el franquiciador debe revelar al potencial franquiciado según el artículo 6, también debe ser revelada por el sub-franquiciador al candidato a la sub-franquicia. Sin embargo, esta información se referirá al sub-franquiciador y a su actividad, aunque puede ser importante para el candidato a la sub-franquicia obtener también alguna información sobre el franquiciador. Esta es la razón por la que el apartado 3 menciona los elementos de información que un potencial franquiciado debe recibir sobre el franquiciador y establece que el sub-franquiciador debe comunicar esta información, que recibe del franquiciador, al candidato a la sub-franquicia. Además el sub-franquiciador debe informar al potencial sub-franquiciado de las consecuencias de la rescisión del contrato de franquicia principal sobre los contratos sub-franquicia (es decir, si se producirá o no la cancelación automática, o si será el franquiciador o un nuevo sub-franquiciador quien tomará el lugar del sub-franquiciador), y del contenido del contrato de franquicia principal. [< Volver al texto >](#)

## 7. *ARTÍCULO 7 - ACUSE DE RECIBO DEL DOCUMENTO DE INFORMACIÓN*

126. El documento de información está destinado a proporcionar al potencial franquiciado la información que le permitirá decidir con conocimiento de causa si acepta o no la franquicia. La información contenida en el documento de información es pues de una importancia primordial. Es más, el artículo 8 autoriza al franquiciado a poner fin al contrato de franquicia o a pedir daños y perjuicios si el franquiciador no revela la información, si el documento de información contiene una declaración tendente a inducir a error, o en caso de omisión de un hecho significativo. Es pues importante que el franquiciador pueda estar en condiciones de probar que el franquiciado recibió el documento de información. El *artículo 7* reconoce esta importancia estableciendo que, a petición del franquiciador, el potencial franquiciado le confirmará por escrito la recepción del documento de información. Los legisladores nacionales podrán determinar si tal acuse de recibo del documento de información debe ser obligatorio. El objetivo de tal disposición obligatoria sería llamar la atención del potencial franquiciado sobre la importancia del documento de información y también garantizar que los franquiciadores proporcionan la información requerida al potencial franquiciado. [< Volver al texto >](#)

## 8. *ARTÍCULO 8 – VIAS DE RECURSO*

127. En caso de incumplimiento por el franquiciador de las disposiciones de la Ley Modelo, los únicos recursos accesibles al franquiciado en base al artículo 8 son la rescisión del contrato y la indemnización de perjuicios, aunque el *apartado 3* indica que ellos no priva al franquiciado de cualquier otro derecho del que pueda disponer según la ley aplicable. Además de la Ley Modelo, cuyo ámbito de aplicación se limita a la divulgación, otras leyes pueden también aplicarse a los contratos de franquicia y prever otros recursos accesibles al franquiciado. [< Volver al texto >](#)

128. Este artículo utiliza la expresión “poner fin al contrato” (“*termination*” en inglés) con el fin de designar la rescisión voluntaria de contrato. La elección de esta terminología está justificada por acepciones diferentes asignadas en algunos países a otros términos como el de

"*rescission*" en inglés o de "*annulation*" en francés, y la intención de los redactores de la Ley Modelo era emplear la expresión más neutra posible. Los legisladores nacionales pueden querer examinar detenidamente el término que, en su lengua y en su sistema jurídico, sea el más conveniente para traducir la expresión "*termination*" utilizado en la versión inglesa de la Ley Modelo.

129. La neutralidad de la expresión "poner fin al contrato" es enfatizada por el artículo 8 (4). La remisión a la ley aplicable en el *apartado 4* significa que toda cuestión que no se haya regulado expresamente en el artículo 8 "está regulada por la ley aplicable" (por ejemplo, los efectos *ex tunc* o *ex nunc* de la rescisión del contrato, las consecuencias de la rescisión sobre los pagos hechos por el franquiciado, y la cuestión de si el final de la relación contractual requiere una decisión judicial). De la misma manera, la ley aplicable regula todas las cuestiones relativas a las solicitudes de daños y perjuicios en caso de incumplimiento a la obligación de información. Excepto las cuestiones expresamente reguladas en el artículo 8, como los hechos que permiten al franquiciado demandar al franquiciador por daños y perjuicios en caso de violación de las obligaciones de divulgación de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 o el plazo de prescripción (apartados 2(B) y (C)), las cuestiones restantes serán reguladas por la ley aplicable. La ley aplicable determina pues, por ejemplo, si el derecho a demandar por daños y perjuicios está basado en el concepto de culpa o de responsabilidad objetiva y también el alcance de los daños y perjuicios (es decir, *damnum emergens* y/o *lucrum cessans*). La expresión "ley aplicable" indica el Derecho material que se aplica al contrato de franquicia. En las transacciones internas normalmente será el derecho material del Estado en el cual las dos partes del contrato de franquicia realizan sus actividades económicas. En las operaciones transnacionales la ley aplicable se determina sobre la base de las normas pertinentes a los conflictos de leyes. [< Volver al texto >](#)

130. El *apartado 1* establece que el franquiciado tiene derecho a poner fin al contrato, y renuncia voluntariamente precisar si es suficiente que el franquiciado comunique al franquiciador su intención de poner fin a la relación contractual o si el franquiciado debe pedir a la autoridad judicial poner fin al contrato. Esta cuestión se deja a la ley aplicable debido a las diferencias que existen entre los distintos sistemas jurídicos (vid. punto 129).

131. Los *sub- apartados 1(A), (B) y (C)* definen los hechos desencadenantes, las conductas que dan derecho al franquiciado a actuar sobre la base de una ausencia de información o de una información impropia. Si uno de los acontecimientos citados se produce, el franquiciado tiene el derecho a elegir, en los 30 días siguientes a la notificación por escrito de su intención al franquiciador, entre poner fin al contrato y/o pedir daños y perjuicios. El apartado 1 enumera algunas excepciones o defensas disponibles. En primer lugar “a menos que el franquiciado hubiera obtenido por otros medios la información que debía ser revelada”, a continuación, que el franquiciado “no haya sido inducido a error”. La tercera excepción sólo se refiere a la ruptura de la relación contractual, cuando ésta “constituya una medida desproporcionada atendiendo a las circunstancias “. En otras palabras, si en esas circunstancias el poner fin al contrato no se justifica, habida cuenta del perjuicio menor que se deriva del incumplimiento de la obligación de información. En estos casos se conserva, por supuesto, el derecho a pedir daños y perjuicios. [< Volver al texto >](#) El *apartado 2* indica los plazos en los cuales hay que ejercer dichas acciones. El final del contrato y la demanda por daños y perjuicios tienen regímenes diferentes. Puesto que poner fin al contrato es una medida radical e importante, debe reivindicarse relativamente pronto, después del acaecimiento de los acontecimientos que dan derecho a actuar, es decir, un año después del acto o la omisión que constituye el incumplimiento en el cual se funda el derecho a poner fin al contrato (*artículo 8(2)(A)*). Por otra parte, en el caso de una demanda por daños y perjuicios el plazo es de tres años (*artículo 8(1)(B)*). Además, los daños y perjuicios deben pedirse a más tardar un año después del momento en que el franquiciado tiene conocimiento de hechos o circunstancias que indican razonablemente que tiene derecho a pedir una indemnización por el perjuicio sufrido (*artículo 8 (1)(C)*). No hay distinción en el caso de que sea el franquiciador quién llame la atención del franquiciado sobre los errores que se cometieron. En este caso, el franquiciado, una vez advertido por el franquiciador de las violaciones, deberá reaccionar en el plazo de 90 días tanto para poner fin al contrato como para pedir daños y perjuicios (*artículo 8 (1)(D)*). El franquiciado debe ejercer su derecho a poner fin al contrato en el primer plazo aplicable.

132. Debe tenerse en cuenta que los casos en los cuales el documento de información no se expide en el plazo indicado en el artículo

3 incluyen también el supuesto en que el documento de información no se expedida.

133. El artículo 8 debe ponerse en relación con el artículo 6, que establece la lista de los elementos deben revelarse. El derecho del franquiciado de pedir el final del contrato y/o los daños y perjuicios depende del carácter importante o no de la información tendente a inducir a error u omitida, es decir, de si la cuestión tiene tal importancia como para que el franquiciado no se comprometiera si hubiera tenido conocimiento del error o de la omisión. La información que puede considerarse importante varía según las franquicias.

134. El *sub-apartado (2)(D)* está dirigido a permitir al franquiciador que cometió por imprudencia una falta contractual, informar a sus franquiciados del error y ofrecerles a éstos la posibilidad terminar el contrato si lo desean, o, si los franquiciados deciden no hacerlo obtener de ellos un certificado escrito que indica que tuvieron conocimiento del error. El sub-apartado impone al franquiciador la obligación de proporcionar al franquiciado un documento de información puesto al día. Esta exigencia se impone al franquiciador incluso si ya no franquicia, puesto que proporcionando una información puesta al día está remediando el hecho de haber proporcionado anteriormente una información engañosa o de no haber revelado la información requerida en los plazos impuestos. Es decir, la entrega de un documento al día actúa de lo que se conoce como "*cure*" en Common Law. No basta que el documento de información sea el más reciente, sino que tiene que estar al día en el momento en que la notificación mencionada por el apartado (D) se transmite al franquiciado, ya que el documento de información "más reciente" puede datar de varios años, mientras que el franquiciado necesita una información al día. Esto es especialmente importante para que el franquiciado tenga la posibilidad de tomar una decisión informada relativa a la terminación o no del contrato.

[< Volver al texto >](#)

## 9. ARTÍCULO 9 - ÁMBITO DE APLICACIÓN TEMPORAL

135. El *artículo 9* trata el ámbito de aplicación temporal de la Ley Modelo y prevé que se aplique cuando un contrato de franquicia se celebre o se renueve después de la entrada en vigor de la Ley Modelo. Es decir, no

somete al franquiciador a la obligación de entregar el documento de información que satisfaga las exigencias de la Ley Modelo para los contratos concluidos antes de la Ley, salvo si se trata de su prórroga o una renovación y en cualquier caso dentro de los límites previstos en el artículo 5. < [Volver al texto](#) >

#### 10. *ARTÍCULO 10 - RENUNCIAS*

136. El *artículo 10* tiene por objeto proteger a los franquiciados estableciendo que no les es posible renunciar a los derechos que les son conferidos por la Ley Modelo. En el pasado, se han dado casos en que los franquiciadores han exigido la renuncia de algunos derechos por parte de los potenciales franquiciados. Tales exigencias según esta Ley Modelo, serían ilegales. < [Volver al texto](#) >