
Dossier Informativo **18**

La Franquicia

Dossier Informativo 18/2001

La franquicia

1.- LA FRANQUICIA: ALTERNATIVA DE COOPERACIÓN COMERCIAL

- 1.1 Ventajas y obligaciones de la franquicia.
- 1.2 Aspectos a tener en cuenta por el futuro franquiciado.
- 1.3 Preguntas que debería hacerse cualquier posible franquiciado antes de decidirse por una franquicia.
- 1.4 Tipos de franquicia.

2.- INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL AL POSIBLE FRANQUICIADO.

- 2.1 Deber de confidencialidad del franquiciado.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA.

4.- MARCO JURÍDICO DE LA FRANQUICIA

5.- REGISTRO DE FRANQUICIADORES.

- 5.1 Funciones del Registro de franquiciadores.
- 5.2 Documentación necesaria para obtener la inscripción en el Registro de franquiciadores.
- 5.3 Obligaciones de los franquiciadores inscritos en el Registro.
- 5.4 Informatización del Registro.
- 5.5 Coordinación con otros Registros autonómicos.

6.- BIBLIOGRAFÍA Y DATOS DE INTERÉS.

1.- LA FRANQUICIA: ALTERNATIVA DE COOPERACIÓN COMERCIAL

La actividad comercial en régimen de franquicia, es un sistema de colaboración en el que el franquiciador cede al franquiciado el derecho a la explotación de un sistema de propio de comercialización de productos o servicios, lo que incluye una licencia o marca, así como la utilización de un conjunto de elementos necesarios, con el fin de establecer un negocio y explotarlo rentablemente a partir de unas bases ya determinadas. A cambio el franquiciador recibe una cuota inicial o canon que se paga al principio de la operación y un royalty permanente por los servicios de gestión prestados al franquiciado, que se basa normalmente en un porcentaje de la facturación anual.

El posible franquiciado debe disponer de la ayuda del franquiciador al elegir y diseñar los locales comerciales, comprar los equipos, entrenar al personal y negociar con los proveedores.

La experiencia ha demostrado que este tipo de apoyo profesional aumenta las posibilidades de éxito y lo que es igualmente importante: estarán disponibles servicios como la publicidad nacional, investigación y desarrollo, etc, que serían muy difíciles de lograr por un negocio independiente.

1.1 Ventajas y obligaciones de la franquicia.

Ventajas

Para el franquiciador	Para el franquiciado
<ul style="list-style-type: none"> - Posibilidad de aumentar su red distributiva en el mercado, sin realizar las inversiones que normalmente se requerirían, en caso de no utilizar el sistema de franquicia. - Diversidad de ingresos: los derechos de entrada y las tasas o márgenes sobre el volumen de negocios. - Controlar totalmente la distribución de sus productos. - Mantenimiento de una misma personalidad o imagen comercial. - Ausencia de grandes gastos de gestión, realizada la puesta en marcha. - No hay relación laboral, sino un contrato específico entre empresarios independientes. - La franquicia supone para el franquiciador un sistema de crecimiento, basado en el apalancamiento productivo (por economía de escala), financiero y comercial. - La franquicia permite al franquiciador "conservar el control 	<ul style="list-style-type: none"> - Explotación de una fórmula de comercialización, lo que implica tener un producto diferenciado y en exclusiva, a la vez que se reduce el riesgo de fracaso comercial. - Ayudas y asistencia técnico comercial. - Posibles facilidades financieras en el momento de la puesta en marcha del negocio. - Ayuda promocional, de la empresa franquiciadora, para todo el grupo de franquiciados. - Aprovechamiento de los medios de información del franquiciador sobre el mercado, así como de sus servicios de investigación y desarrollo.

Para el franquiciador	Para el franquiciado
del producto, a fin de aportar a los consumidores las mayores satisfacciones diferenciales”	

Obligaciones

Para el franquiciador	Para el franquiciado
<ul style="list-style-type: none"> - El franquiciador debe aportar su “saber hacer” y la correspondiente asistencia técnica comercial a través de su manual operativo o package. - Debe tener una gama de productos lo suficientemente extensa para asegurar su permanencia, así como introducir continuamente nuevos productos, que suministrará el mismo o indicará quien lo debe hacer. - Debe aportar al franquiciado la marca de los productos, el emblema o enseña, sus signos distintivos, - Debe realizar un esfuerzo promocional o publicitario permanente. - Debe contar con una estrategia y un plan de aplicación a medio plazo, así como capacidad para adaptarse a las posibles variaciones de corto plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> - El franquiciado debe respetar la política comercial y directrices y técnicas definidas por el franquiciador. - Debe pagar al franquiciador las cantidades por derechos de entrada o royaltys que le sean solicitados. - Debe respetar las normas de explotación y de gestión establecidas, llevar una contabilidad estricta, participar en las estadísticas comunes ... - Debe aceptar todos los controles establecidos por el Franquiciador.

1.2 Aspectos a tener en cuenta por el futuro franquiciado.

- Estudiar si el franquiciador dispone de una base financiera segura con la que proporcionar apoyo al franquiciado.
- Ver la cuota inicial exigida, esta debe cubrir entre otras cosas, los costes de la asistencia prestada para establecer el negocio como, por ejemplo, formación del personal, estudios de mercado, promoción inicial, diseño y supervisión de las obras.
- Si el franquiciado potencial está trabajando actualmente, es importante que elija el momento de su renuncia. Si cambia de lugar para adquirir la Franquicia, tiene que tener en cuenta la financiación necesaria, hipotecas, etc. Recuerde que en los planes de negocio conviene disponer de un margen adecuado de capital circulante.
- El franquiciador cobrará una cuota inicial para cubrir los costes de los servicios que proporciona. Si no cobrar esta cuota o se cobra una superior a la esperada, podría

tratarse de una falta de voluntad de proporcionarle esos servicios iniciales o permanentes.

- Conviene ver si son realistas los planes de rentabilidad, y si serán suficientes los beneficios para amortizar los créditos y permitir el crecimiento. Esto se realizará contrastando los planes con los resultados reales de franquicias ya existentes.
- Si el royalty permanente es demasiado alto, difícilmente se logrará la competitividad. Por el contrario si es demasiado bajo, es posible que el franquiciador no pueda proporcionar el apoyo necesario.
- En caso de que el franquiciador suministrara el stock de mercancías y los equipos necesarios así como su apoyo hay que comprobar si el precio a cobrar y los plazos del crédito son razonables.

1.3 Preguntas que debería hacerse cualquier posible franquiciado antes de decidirse por una franquicia:

- En referencia al mercado.
 - ¿Ha discutido Vd. Sus planes de negocio con algún Asesor Financiero?.
 - ¿Existe un mercado para esos productos/servicios en la zona seleccionada?
 - ¿Qué investigación se ha hecho? ¿Está usted satisfecho con ella?.
 - ¿Quién ha hecho la investigación de mercado, Vd. O el franquiciador?.
 - ¿Cuál es la competencia?
 - ¿Cómo se sitúan en relación al precio, producto, local comercial, zona, calidad, servicios, etc?.
 - ¿Ha investigado Vd. El mercado y considerado cómo será su situación dentro de 2,5 o 10 años?.

- En referencia a la situación financiera.
 - ¿Puede Vd. Aportar dinero al negocio?. ¿Es ese dinero de sus propios recursos?.
 - ¿Cuánto dinero necesitaría V.d pedir prestado al Banco?.
 - ¿En que utilizaría los fondos? ¿Para adquirir el local comercial, equipos, capital circulante, o una mezcla de todos ellos?.
 - ¿Es su previsión de beneficios suficiente para proporcionarle a Vd. y a su familia un nivel de vida aceptable, permitiéndole al mismo tiempo cumplir los compromisos de pagar el principal y los intereses?.
 - ¿En qué plazo cree que podría satisfacer la cantidad total del préstamo?.
 - ¿Haría Vd. la devolución del capital prestado solamente con los beneficios que produzca el negocio?.
 - ¿Posee Vd. cualquier bien que pudiese ser dado como garantía (casa, póliza de vida, garantía/aval, etc)?.

1.4 Tipos de franquicia:

La clasificación de las diferentes de franquicias puede realizarse atendiendo a los siguientes rasgos y características.

1) Según el sector de actividades al que pertenece el franquiciador, se distinguen las franquicias de producción, industrial, de distribución, de servicios, artesanal y agrícola.

- Franquicia de producción: El franquiciador es el fabricante de los productos que distribuyen los franquiciados. La utilizan las empresas industriales que consideran la franquicia como el medio más rentable para acortar el canal de distribución y controlar de forma directa la venta de sus productos.
- Franquicia de distribución: El franquiciador actúa como un seleccionador de los productos que son fabricados por otras empresas, se trata de una central de compras que distribuye un surtido seleccionado de productos, a través de su red de puntos homogéneos de venta franquiciados, a la que presta una colección de servicios.
- Franquicia de servicios: el franquiciador ofrece a sus franquiciados una fórmula original, específica y diferenciada de prestación de servicios al consumidor, con un método experimentado y probado por su eficacia en el mercado.
- Franquicia industrial: Es una forma particular de franquicia en la que el franquiciador y el franquiciado son industriales. El franquiciador cede al franquiciado, por un contrato de franquicia, además de su saber-hacer, el derecho, la tecnología y la comercialización de sus productos, su marca y los procedimientos administrativos y de gestión, así como las técnicas de venta.

2) Según el grado de integración de la red, se puede hablar de franquicia integrada, semi-integrada, vertical, activa, financiera y asociativa.

- Franquicia asociativa: Franquicia en la que el franquiciador y el franquiciado mantienen algún tipo de asociación. El franquiciador participa en el capital de la empresa o viceversa. Se comparten de esta forma las ventajas de los riesgos financieros, y se crean particulares vinculaciones jurídicas.
- Franquicia integrada: Se produce del franquiciador fabricante a los detallistas. Los productores distribuyen de forma directa a través de una red de establecimientos franquiciados minoristas. Integra la totalidad del canal de distribución.
- Franquicia semi-integrada: Se produce del mayorista a los detallistas. Este último caso sería el más frecuente en las cadenas de alimentación.
- Franquicia horizontal: Se produce entre los propios detallistas como consecuencia del éxito de varios puntos de venta pilotos que posteriormente se franquician a otros puntos de venta. El franquiciador es originalmente un detallista. En general se entiende a aquellas modalidades en las que la relación franquiciador-franquiciado se da en el mismo nivel del canal de distribución.
- Franquicia de tipo vertical: En general es una modalidad en la que la relación franquiciador-franquiciado se da entre diferentes niveles del canal de distribución.
- Franquicia financiera: Es aquella en que el franquiciado es sólo un inversor que como tal no gestiona directamente en franquicia, responsabilidad que se confía a

gestores o empleados. Se produce una separación entre el capital, la propiedad y la gestión del punto de venta.

- Franquicia activa: Es aquella en que el franquiciador exige que sus franquiciados sean los que personalmente gestionen y estén al frente de sus establecimiento.

3) Existen otras fórmulas específicas de franquicia, tales como la multfranquicia, la plurifranquicia, la franquicia corner y la franquicia master.

- Multifranquicia: el franquiciado tiene más de un establecimiento del mismo franquiciador, y le corresponde un área determinada en la que puede abrir un número de establecimientos que se estimen convenientes.
- Plurifranquicia: el franquiciado gestiona franquicias diferentes que normalmente suelen ser complementarias y no competitivas. Se trata del caso de franquiciados que asumen la explotación de distintos puntos de venta de distintas cadenas de franquicia.
- Franquicia corner: Se desarrolla dentro de otro establecimiento comercial, en el que existe un espacio franquiciado, que no es la totalidad del local, y en ese espacio se venden los productos y se prestan los servicios del franquiciador, según los métodos y las especificaciones del mismo, bajo una marca.

Es el caso por ejemplo de grandes almacenes.

- Master Franquicia: Es el sistema que se utiliza para extender una franquicia fuera de un país de origen. Se trata de la relación contractual que une un franquiciador extranjero con una persona física o jurídica del país en cuestión, actuando este último como franquiciado y al mismo tiempo como franquiciador de los puntos de venta que se van abriendo, siendo responsable de desarrollo y representación del franquiciador de forma exclusiva en su país.

2.- INFORMACIÓN PRECONTRACTUAL AL POSIBLE FRANQUICIADO.

Como ya hemos señalado anteriormente para poder establecerse en franquicia se requiere un contrato en donde se especifiquen los derechos y obligaciones de cada uno. Aunque antes de la constitución del mismo se debe informar al posible franquiciado sobre una serie de cuestiones.

Con una antelación mínima de 20 días a la firma del contrato o precontrato de franquicia o a la entrega por parte del futuro franquiciado al franquiciador de cualquier pago, el franquiciador deberá dar por escrito al futuro franquiciado la siguiente información veraz y no engañosa:

- 1) Datos de identificación del franquiciador: nombre o razón social, domicilio y datos de inscripción en el Registro de Franquiciadores, así como, cuando se trate de una compañía mercantil, capital social recogido en el último balance, con expresión de si se halla totalmente desembolsado o en qué proporción y datos de inscripción en el Registro Mercantil, cuando proceda.

Cuando se trate de franquiciadores extranjeros, además, los datos de inscripción en los registros de franquiciadores a que vengan obligados, de acuerdo con las leyes de su país o Estado de origen. De tratarse de franquiciado principal se incluirán, además, las circunstancias anteriores respecto de su propio franquiciador.

- 2) Acreditación de tener concedido para España, y en vigor, el título de propiedad o licencia de uso de la marca y signos distintivos de la entidad franquiciadora; y de los eventuales recursos contra aquéllos, si los hubiere, con expresión, en todo caso, de la duración de la licencia.

- 3) Descripción general del sector de actividad objeto del negocio de franquicia, que abarcará los datos más importantes de aquél.
- 4) Experiencia de la empresa franquiciadora, que incluirá, entre otros datos, la fecha de creación de la empresa, las principales etapas de su evolución y el desarrollo de la red franquiciada.
- 5) Contenido y características de la franquicia y de su explotación, que comprenderá una explicación general del sistema del negocio objeto de la franquicia, las características del *saber hacer* y de la asistencia comercial o técnica permanente que el franquiciador suministrará a sus franquiciados, así como una estimación de las inversiones y gastos necesarios para la puesta en marcha de un negocio tipo. En el caso de que el franquiciador haga entrega al potencial franquiciado individual de previsiones de cifras de ventas o resultados de explotación del negocio, éstas deberán estar basadas en experiencias o estudios, que estén suficientemente fundamentados.
- 6) Estructura y extensión de la red en España, que incluirá la forma de organización de la red de franquicia y el número de establecimientos implantados en España, distinguiendo los explotados directamente por el franquiciador de los que operen bajo el régimen de cesión de franquicia, con indicación de la población en que se encuentren ubicados y el número de franquiciados que hayan dejado de pertenecer a la red en España en los dos últimos años, con expresión de si el cese se produjo por expiración del término contractual o por otras causas de extinción.
- 7) Elementos esenciales del acuerdo de franquicia, que recogerá los derechos y obligaciones de las respectivas partes, duración del contrato, condiciones de resolución y, en su caso, de renovación del mismo, contraprestaciones económicas, pactos de exclusivas, y limitaciones a la libre disponibilidad del franquiciado del negocio objeto de franquicia.

2.1 Deber de confidencialidad del franquiciado:

El franquiciador podrá exigir al futuro franquiciado un deber de confidencialidad de toda la información precontractual que reciba o vaya a recibir del franquiciador.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA.

No puede identificarse el contrato de franquicia con un contrato de tipo general válido para cualquier tipo de franquicia, si bien, cualquiera que sea su forma y contenido, éste deberá ajustarse a la legislación nacional y comunitaria, así como al Código Deontológico Europeo de Franquicia.

De esta forma tendrá que recoger lo siguiente:

- 1) Reconocimiento expreso de los derechos de propiedad industrial del franquiciador (logotipos, marca, símbolos y demás signos distintivos del negocio).
- 2) Mención del adecuado registro de los elementos antes citados en el país donde se pretende la expansión de la cadena.
- 3) Cesión de uso (o de transmisión de estos derechos de propiedad industrial en las condiciones geográficas y temporales preestablecidas).
- 4) Condiciones financieras para el franquiciado (derechos de entrada y cánones de funcionamiento y publicidad).
- 5) Obligaciones del franquiciador:
 - Asistencia previa apertura del establecimiento (búsqueda de local y personal, estudio del mercado, financiación...) Por lo general, estos

aspectos suelen recogerse en un precontrato o declaración de intención.

- Formación inicial y continuada del franquiciado y de su equipo de gestión.
- Entrega de Manuales de Franquicia.
- Responsabilidad de suministro.
- Asistencia técnica y/o comercial al franquiciado a lo largo de la vigencia del contrato.
- Compromiso de competitividad en la fijación de los precios ofrecidos al franquiciado.
- Actualización permanente del Know-how a las exigencias y tendencias del mercado.

6) Obligaciones del franquiciado:

- Pagos al franquiciador de la concesión y prestaciones realizadas.
- Compras exclusivas al franquiciador, central de compras o proveedores recomendados.
- Voluntad de aplicar y respetar los métodos de gestión propuestos por el franquiciador, así como las normas de establecimiento e instalaciones.
- Información periódica al franquiciador de la gestión y trayectoria de las ventas.
- Permitir la supervisión y control del franquiciador.
- Disponer de un stock suficiente, en calidad y variedad para satisfacer las necesidades de la clientela.
- Informar al franquiciador de la evolución general del mercado.
- Respetar el cuadro de exclusividades establecido en el contrato, tanto desde el punto de vista de los productos como del territorio.

4.- MARCO JURÍDICO DE LA FRANQUICIA

El sistema comercial de franquicia se rige por una serie de normativas, leyes, decretos y reglamentos. Cuando utilicemos con este sistema deberemos tener en cuenta toda la legislación que le pueda afectar y que ha ido modificándose y ampliándose a lo largo de los último 10 años

Cada empresario franquiciador deberá revisar la legislación local, autonómica, nacional y de la Unión Europea que pueda afectar a su actividad económica y franquiciadora.

Desde un punto de vista jurídico la franquicia puede definirse como un sistema de comercialización de productos, servicios o tecnologías basado en una colaboración estrecha y continua entre empresas jurídicamente distintas e independientes, el franquiciador y el franquiciado. En esta relación comercial el franquiciador otorga a sus franquiciados el derecho a explotar su idea de negocio con la obligación de hacerlo de conformidad con el concepto y criterios del franquiciador. Este derecho otorgado autoriza al franquiciado a la utilización del distintivo, marca de los productos o servicios y demás derechos de

propiedad intelectual que posea el franquiciador a cambio de una contraprestación económica, directa o indirecta, pactada dentro de un marco legal de un contrato escrito y firmado por ambas partes.

La anterior definición nos plantea que el contrato de franquicia comercial y jurídicamente es complejo y dependerá de muchas circunstancias relacionadas con el objeto concreto de la franquicia, su actividad etc...

A efecto de determinar el marco jurídico en que se mueve la franquicia citaremos las principales normativas que pueden afectarle:

- **Reglamento 2790/99: de exención por categorías sobre acuerdos verticales y prácticas concertadas para las franquicias de distribución y servicios** que entro en vigor el 1 de junio del 2000. Sustituye al anterior reglamento 4087/88, aunque este seguirá teniendo efecto sobre los contratos amparados al mismo hasta el 31 de diciembre del 2001.
- **Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista** Afecta especialmente su artículo 62 que define la actividad comercial en régimen de franquicia regulando el concepto como actividad caracterizada por acuerdo o contrato entre dos empresas por el que una de ellas cede a otra-franquiciadora a franquiciada el derecho a explotar un sistema de comercialización. Regula la obligatoriedad de inscripción en el Registro de Franquiciadores establecido por la Administraciones competentes, y dicta una obligaciones para los franquiciadores como la entrega al franquiciado, con más de 20 días de antelación, una completa información sobre el funcionamiento de la distribución comercial objeto del contrato donde se identifique la franquicia, se describa el sector de actividad, la estructura y extensión de la red y todos aquellos aspectos esenciales del acuerdo de franquicia.
- **Real Decreto 2485/1998 por el que se desarrolla el artículo 68 de la ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la regulación del régimen de franquicia, y se crea el Registro de Franquiciadores.** Se regula:
 - la Actividad Comercial en Régimen de franquicia como aquella que se realiza en virtud de un contrato por el cual una empresa, cede a otra, el franquiciado, a cambio de una contraprestación financiera directa o indirecta el derecho de explotación de una franquicia para comercializar determinados tipos de productos o servicios. Se entenderá por acuerdo de franquicia principal, aquel por el cual una empresa, el franquiciador, le otorga a la otra, el franquiciado principal, en contraprestación de una compensación financiera directa o indirecta, el derecho de explotar una franquicia con la finalidad de concluir acuerdos de franquicia con terceros, los franquiciados.
 - La Obligación de entrega de información precontractual al potencial franquiciado: por escrito y con una antelación mínima de 20 días a la firma del contrato o precontrato de franquicia o a la entrega de cualquier pago por parte del futuro franquiciado.
 - Se determina el tipo de información precontractual que se debe facilitar al futuro franquiciado
 - Se determina que el franquiciador deberá exigir al franquiciado un deber de confidencialidad sobre toda la información facilitada
 - Asimismo se crea el Registro de Franquiciadores dependiente orgánicamente de la Dirección general de Comercio Interior del Ministerio de Economía,: el Registro tendrá carácter publico, naturaleza administrativa y su finalidad es la de información y publicidad. Existe la obligación de inscribirse con carácter previo al inicio de actividad de cesión de franquicia para las personas físicas o jurídicas que quieran desarrollar esta actividad en más de una Comunidad Autónoma.
 - Las funciones del Registro son la inscripción, actualización y cancelación de los franquiciadores a propuesta de las Comunidades Autónomas donde aquellos tengan su

domicilio; expedir las oportunas certificaciones acreditativas de los franquiciadores inscritos en él; inscribir a los franquiciadores que no tengan su domicilio en España

- Los requisitos para la inscripción son:
 - presentación de la solicitud en de inscripción en el registro de Franquiciadores ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma donde tenga su domicilio
 - Datos identificativos de los franquiciadores
 - Denominación de los derechos de propiedad industrial o intelectual objeto del acuerdo de franquicia y acreditación de tener concedida y en vigor la titularidad o los derechos de licencia de uso, así como su duración y los eventuales recursos.
 - Descripción del negocio objeto de franquicia.
 - En el caso de que el franquiciador sea un franquiciador principal se deberán incorporar los datos identificativos del franquiciador y la duración del acuerdo de franquicia principal.
 - Los franquiciadores deberán comunicar a las Comunidad Autónoma competente cualquier alteración de los datos en el plazo de tres meses o en el momento en que tenga lugar el cese de la actividad. Anualmente serán comunicados los cierres o aperturas de nuevos establecimientos tanto propios como franquiciados
 - Asimismo el Registro Central estará coordinado con los Registros autonómicos.
-
- **Ley 3/1991 de Competencia Desleal, en referencia a los actos de competencia desleal.**
 - **Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia, en referencia a la libre competencia y a los acuerdos y practicas restrictivas o abusivas.**
 - **Real Decreto 157/1992 por el que se desarrolla la Ley 16/1989 en materia de exenciones por categorías, autorización singular y registro de Defensa de la Competencia.**
 - **Ley 32/1988 de Marcas**
 - **Ley 11/1986 de Patentes de invención y Modelos de Utilidad**
 - **Real Decreto 441/1994 por el que se aprueba el Reglamento de adecuación a la Ley 30/1992 sobre los precodimientos relativos a la concesión, mantenimiento y modificación de los derechos de la propiedad industrial**
 - **Real Decreto 2424/1986 relativo a la aplicación del Convenio sobre Patentes Europeas**
 - **Real Decreto- ley 8/1998 de medidas urgentes en materia de propiedad industrial**
 - **Ley 26/1984 General para la Defensa de Consumidores y Usuarios**

- ❑ **Títulos I y II del Libro IV del Código Civil sobre Obligaciones y Contratos (Art. 1088 y ss, 1254 y ss y 1278 y ss.**

- ❑ **Artículos 51 a 53 del Código de Comercio**

Además del cumplimiento de la normativa específica sobre franquicia detallada anteriormente, será imprescindible la consulta y cumplimiento del resto de leyes de sociedades mercantiles y personas físicas así como las normativas fiscales que puedan afectar a la franquicia en cuestión.

5.- REGISTRO DE FRANQUICIADORES.

Se crea el Registro de Franquiciadores, a los solos efectos de información y publicidad, y que tendrá carácter público y naturaleza administrativa.

Este Registro depende orgánicamente de la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Hacienda.

En este Registro deberán inscribirse, con carácter previo al inicio de la actividad de cesión de franquicia, las personas físicas o jurídicas que pretendan desarrollar en España esta actividad, cuando se vaya a ejercer en el territorio de más de una Comunidad Autónoma.

5.1 Funciones del Registro de Franquiciadores

- a. Inscribir a los franquiciadores en el Registro a propuesta de las Comunidades Autónomas donde aquéllos tengan su domicilio.
Se asignará una clave individualizada de identificación registral a nivel del Estado, que se notificará a las Comunidades Autónomas.
- b. Actualizar periódicamente la relación de los franquiciadores inscritos en el Registro y de los establecimientos franquiciados, con los datos aportados por las Comunidades Autónomas y elaborar estadísticas por agregación y tratamiento de los datos que figuran en sus bases.
- c. Inscribir las cancelaciones de los franquiciadores cuando hayan sido acordadas por las Comunidades Autónomas.
- d. Expedir las oportunas certificaciones acreditativas de los franquiciadores inscritos en este Registro y de la correspondiente clave de identificación registral.
- e. Dar acceso a la información registral a los órganos administrativos de las Comunidades Autónomas que lo soliciten.
- f. Suministrar a las personas interesadas la información de carácter público que se solicite relativa a los franquiciadores.
- g. Inscribir a los franquiciadores que no tengan su domicilio en España, los cuales presentarán directamente en este Registro su solicitud de inscripción, así como las posteriores modificaciones de los datos.
- h. Cualesquiera otras funciones compatibles con su actividad que le sean encomendadas por la autoridad competente.

5.2 Documentación necesaria para obtener la inscripción en el Registro de Franquiciadores

Las solicitudes de inscripción en el Registro de Franquiciadores se presentarán ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma donde tenga su domicilio, pudiendo hacerse a través de cualesquiera de los lugares siguientes, y acompañadas, al menos, de los siguientes datos y documentos:

Lugares:

- A) En los registros de los órganos administrativos a que se dirijan.
- B) En los registros de cualquier órgano administrativo, que pertenezca a la Administración General del Estado, a la de cualquier Administración de las Comunidades Autónomas, o a la de alguna de las Entidades que integran la Administración Local si, en este último caso, se hubiese suscrito el oportuno Convenio.
- C) En las oficinas de Correos, en la forma que reglamentariamente se establezca.
- D) En las representaciones diplomáticas u oficinas consulares de España en el extranjero.
- E) En cualquier otro que establezcan las disposiciones vigentes. Mediante convenios de colaboración suscritos entre las Administraciones Públicas, se establecerán sistemas de intercomunicación y coordinación de registros que garanticen su compatibilidad informática y la transmisión telemática de los asientos.

Documentos:

1. Datos referentes a los franquiciadores: nombre o razón social del franquiciador, su domicilio, los datos de inscripción en el Registro Mercantil, en su caso, y el número o código de identificación fiscal.
2. Denominación de los derechos de propiedad industrial o intelectual objeto del acuerdo de franquicia y acreditación de tener concedida y en vigor la titularidad o los derechos de licencia de uso sobre los mismos, así como su duración y eventuales recursos.
3. Descripción del negocio objeto de la franquicia, comprendiendo una memoria explicativa de la actividad, con expresión del número de franquiciados con que cuenta la red y el número de establecimientos que la integran, distinguiendo los explotados directamente por el franquiciador de los que operan bajo el régimen de cesión de franquicia, con indicación del municipio y provincia en que se hallan ubicados, así como los franquiciados que han dejado de pertenecer a la red en España en los dos últimos años.
4. En el caso de que el franquiciador sea un franquiciado principal, éste deberá acompañar la documentación que acredite los siguientes datos de su franquiciador: nombre, razón social, domicilio, forma jurídica y duración del acuerdo de franquicia principal.

5.3 Obligaciones de los franquiciadores inscritos en el Registro.

Los franquiciadores inscritos en este Registro deberán comunicar a las Comunidades Autónomas competentes por razón de su domicilio cualquier alteración en los datos, en el plazo máximo de tres meses desde que se produzca, y el cese en la actividad franquiciadora en el momento en que tenga lugar.

Asimismo, con carácter anual, y durante el mes de enero de cada año, los franquiciadores comunicarán a la Comunidad Autónoma correspondiente los cierres o aperturas de los establecimientos, propios o franquiciados, producidos en la anualidad anterior.

5.4 Informatización del Registro.

La llevanza del Registro de Franquiciadores podrá instalarse en soporte informático para la recepción de escritos y comunicaciones de los órganos competentes de las Comunidades Autónomas.

5.5 Coordinación con otros Registros autonómicos.

El Registro de Franquiciadores se coordinará con aquellos Registros que, en su caso, puedan establecer las Comunidades Autónomas en el ámbito de sus respectivas competencias.

Las Comunidades Autónomas comunicarán a la Dirección General de Comercio Interior los datos y las modificaciones, datos que se incorporarán automáticamente a este Registro, que procederá a asignar al franquiciador un número de identificación de carácter nacional, que se notificará a la Comunidad Autónoma correspondiente.

En la Comunidad Valenciana se pueden inscribir en los Servicios Territoriales de Comercio, localizados en:

C/ Gregorio Gea, 27 – 46009 Valencia

Avda. Hnos. Bou, 47 – 12003 Castellón

C/ Churruca, 29 – 03003 Alicante

Y en la Dirección General de Comercio y Consumo, sita en C/ Colón, 32 – 46004 Valencia

6.- BIBLIOGRAFÍA Y DATOS DE INTERES

- Guía de la Franquicia, edita: La Generalitat Valenciana, Conselleria de Industria, Comercio y Turismo y La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
- Servicio PROP EMPRENDEDORES de las cinco Cámaras de Comercio de nuestra Comunidad.

Cámara de Comercio de Alcoy

Avda. Puente San Jorge, 3 – 3º

03803 Alcoy Tel. 96 533 0804

Cámara de Comercio de Alicante

C/ San Fernando, 4

03002 Alicante Tel. 96 520 1133

Cámara de Comercio de Castellón

Avda. Hnos. Bou, 79

12003 Castellón Tel. 96 435 6500

Cámara de Comercio de Orihuela

Avda. de la Vega, 22

03300 Orihuela Tel. 96 674 3502

Cámara de Comercio de Valencia

C/ Poeta Querol, 15

46002 Valencia Tel. 96 310 3900

- Salón Internacional de la Franquicia de Valencia.
Feria Valencia
Avda. de las Ferias, s/n
46035 Valencia – Tel. 96 386 1100
E-mail: feriavalencia@feriavalencia.com
- **AEF – Asociación Española de Franquiciadores**
Avda. de las Ferias, s/n
46035 Valencia – Tel. 96 386 1123
E-mail: feriavalencia@feriavalencia.com