

FRANCHISING

1. CONCEPTO

Modalidad contractual por la cual se instrumenta el montaje, puesta en marcha, servicio y atención de una cadena de locales iguales y pertenecientes a la misma marca, a cambio del pago de regalías; e incluye todos los componentes del proceso de comercialización, planeamiento, promoción y publicidad, compras, producción, ventas y permanente análisis de la competencia.

Los distintos establecimientos no son de propiedad del titular de la organización, sino que cada uno de ellos es instalado por determinados comerciantes a cambio de un precio (franquicia) que pagan al titular por el derecho de uso de sus signos distintivos y de su sistema organizacional, y se obliguen a seguir sus pautas con respecto a las características identificatorias.

2. CARACTERISTICAS

- La independencia de las partes: cada parte es jurídica y financieramente independiente de la otra.
- La cooperación: estrecha colaboración entre las partes.
- La permanencia de la relación: es una relación continua de distribución o explotación de un sistema de comercialización de bienes y servicios para el mercado.
- El formato uniforme: prácticamente todos los costos. De franquicia se hacen sobre formas estándares establecidas.

3. CARACTERES

- Consensual
- Bilateral
- Oneroso
- Conmutativo
- De tracto sucesivo
- A término
- De empresa
- Sistemático
- Escrito

4. OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Sujetos:

- franquiciante o franchisor o concedente
- franquiciado o franchisee o concesionario

OBLIGACIONES DEL FRANQUICIANTE

a) Provisión

- el entrenamiento
- la asistencia permanente al franquiciado, tanto en el aspecto comercial como financiero.
- Autorización del uso de una marca
- Aporte de cuadros profesionales, jurídicos, técnicos y administrativos que conforman un apoyo

integral a nivel de asesoramiento.

OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO

- comprar las maquinarias o equipos que le sugiere el otorgante
- pagar una suma fija y una regalía mensual sobre sus ventas
- adicionalmente, debe pagar un derecho por el uso de la marca
- seguir las instrucciones del otorgante sobre producción, comercialización, administración del producto o servicio.

5. DERECHO DE LAS PARTES

FRANQUICIADO:

Derecho de uso de una marca,

Facultad de utilizar el know-how, los servicios y procesos operativos, el apoyo publicitario y técnico y la participación en todas las nuevas líneas de productos de la cadena.

FRANQUICIANTE:

A exigirle el estricto cumplimiento de las obligaciones del contrato, no solo al aspecto económico, sino al cuidado y protección del lugar y posición adquiridos por la marca y producto.

6. DISOLUCION

- vencimiento del plazo fijado
- cumplimiento del objeto del cto.
- Acaecimiento de la condición resolutoria a la que se sujetara el cto.
- Mutuo acuerdo rescisorio de las partes

Por situaciones conflictivas:

- pacto comisorio ante el incumplimiento de alguna de las partes
- caso fortuito o fuerza mayor
- Imprevisión o excesiva onerosidad sobreviniente.