

La conflictividad en la franquicia

Desconocimiento vs asesoramiento.

Recientemente el sector ha asistido con preocupación a la publicación del artículo "Que hacer cuando falla la franquicia" publicado en Actualidad Económica a principios de este año. La caída del sector escenificada a través de la crisis de las academias de lenguas (Opening y Brighton), junto a otros sucesos negativos del sector, parecen escenificar de forma clara el auge de conflictividad en el mundo de la franquicia.

Se ofrecen en ese artículo como causas principales de esta conflictividad a la falta de formación continuada del franquiciado, venta de productos no autorizados, utilización del "know-how" para fines distintos o insuficiencia del mismo, etc...

Estas causas han presidido la conflictividad de la franquicia desde su nacimiento y desde luego en las mismas no hay ninguna novedad mundial. La verdadera esencia del problema tal vez se halla en la ausencia del asesoramiento necesario para afrontar la aventura del franquiciado, (y muchas veces también, del franquiciador).

El contrato de franquicia no es ningún juguete caro para inversionistas ociosos o inexpertos, ni para empresarios ávidos de beneficios sin riesgo a través de una cadena de distribuidores fidelizados. En la esencia de la franquicia existe un negocio servuccionado¹ que ha demostrado ser rentable, y que crece a través de la multilocalización organizada, así que la franquicia es un contrato comercial diseñado para profesionales o para gente que lo quiera ser; La franquicia no es un valor de bolsa en el que invertir mientras se espera sentado en el diván de casa a que aumente su valor y/o beneficio. La Franquicia es una forma de negocio casi societaria en la que todos deben ir en el mismo barco de la distribución razonable del beneficio en función de lo que aportan unos y otros.

Con frecuencia, he asistido en mi experiencia profesional a franquiciadores excesivamente duros que han condenado a sus franquiciados a un negocio marginal, en el límite de la pérdida, y también a aventurados franquiciados que

desconocedores del sector y haciendo caso omiso de las advertencias, se han encargado con éxito de la casi imposible labor de ridiculizar una fórmula de negocio que había demostrado ser eficiente y eficaz en otras localizaciones.

En consecuencia lo esencial es que los actores de esta obra anden el camino, no ciegos, como muchas veces hacen, sino de la mano de un experto conocedor que le asesore, (consultor). Que nadie espere pues que le vendan guías de actuación mágicas ni recetas para el éxito, la franquicia es una forma más de negocio que como tal no sólo requiere la formación y el asesoramiento de franquiciador y franquiciado sino también su compromiso de fide-



lidad y profesionalidad. Parece claro pues que la andadura de la franquicia no debe ser recorrida sin consultor que conozca el sector e informe sobre la viabilidad, ni servicio jurídico que asegure no sólo la legalidad, sino la legitimidad de los compromisos que vamos a suscribir.

La experiencia de G2a nos demuestra que un elemento esencial de la franquicia se halla en la comprensión por parte de franquiciador y franquiciado de que uno es la extensión del otro, es su "quasi-partner", por no decir un partner verdadero.

Desde el punto de vista del trato es obvio, que para el franquiciador, el franquiciado debe ser la niña de sus ojos, cuanto más gane éste, más ganará aquel, se mire como se mire. Así que una rigurosa elección del mismo supone un gran avance hacia el éxito. Incomprensiblemente y con frecuencia esta elección omite considerar elementos importantes de empatía y comunicación entre franquiciador y franquiciado, cuando obvio es que todos somos muy cuidadosos en este punto a la hora de escoger a un socio de los de verdad. ¿Porqué no cuidar este esencial elemento a la hora de escoger a alguien que nos va a arrendar una forma exitosa de hacer negocio o a alguien que va a tener la obligación de extender nuestro negocio por el camino del beneficio?.

Para nosotros el error esencial radica en considerar estos dos elementos descritos (vinculación entre contratantes y asesoramiento previo y continuado) como algo desprecia-

ble. La franquicia es un contrato mercantil casi societario, respetemos su esencia y nos alejaremos del conflicto.

Por último no quisiera acabar sin exponer las conclusiones del estudio de G2a Abogados para The Athletes Foot relativo a la causas más frecuentes de conflictividad en la franquicia, identificadas a través de la frecuencia de su presencia en decisiones judiciales o arbitrales:

- La Falta de acreditación del cumplimiento de las propias obligaciones del Franquiciador, que con frecuencia le deslegitima para denunciar el incumplimiento del franquiciado, (el que acude a un tribunal debe hacerlo con las manos limpias).
- La falta de titularidad o licencia de explotación de un derecho de marca por parte del franquiciador que con frecuencia determinan la nulidad parcial o completa del contrato jurídico.
- Dificultad de interpretación de aquello que acordaron las partes. La franquicia es un contrato atípico, por lo que en él cobran especial trascendencia lo que las partes quisieron instrumentar y si no se hizo correctamente el conflicto de interpretaciones parece inevitable.

Estos son datos los del estudio, un análisis rápido de los mismos creo que lleva a conclusiones claras sobre mis afirmaciones. "Desconocimiento contra asesoramiento", "beneficio contra conflicto", la opción es de cada cual. ■

(1) Llamamos servucción a la standarización de procesos del servicio de un negocio.