



**UNIVERSIDAD  
DE GRANADA**

**FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

Trabajo Fin de Grado  
Curso 2020/2021

**Título:**

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LA MACROESTRUCTURA DEL  
CONTRATO DE FRANQUICIA EN ESPAÑA Y EN ESTADOS  
UNIDOS**

**Autor:**

**Pablo Rincón Otero**

**Tutora:**

**Catherine Way**





ugr

Universidad  
de Granada

### Declaración de Originalidad del TFG

(Este documento debe adjuntarse cuando el TFG sea depositado para su evaluación)

D./Dña. PABLO RINCÓN OTERO, con DNI  
(NIE o pasaporte) 77174209D, declaro que el presente Trabajo de  
Fin de Grado es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citadas debidamente. De  
no cumplir con este compromiso, soy consciente de que, de acuerdo con la [Normativa  
de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada](#) de 20  
de mayo de 2013, esto *conllevará automáticamente la calificación numérica de cero*  
*[...]independientemente del resto de las calificaciones que el estudiante hubiera*  
*obtenido. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades*  
*disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagie.*

Para que conste así lo firmo el 16 de junio de 2021 (FECHA)

Firma del alumno

## ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	4
<b>ÍNDICE DE SIGLAS/ABREVIATURAS</b> .....	5
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	6
1.1 Objeto de estudio y justificación.....	6
1.2 Objetivos .....	7
1.3 Contextualización.....	8
1.4 Antecedentes .....	10
1.5 Metodología .....	12
1.6 Estructura del TFG.....	13
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	14
<b>2.1 Marco jurídico</b> .....	14
2.1.1 El contrato de franquicia en el derecho de la Unión Europea .....	15
2.1.2 El contrato de franquicia en el derecho de España.....	20
2.1.3 El contrato de franquicia en el derecho federal de los Estados Unidos .....	24
<b>2.2 Marco textual</b> .....	29
2.2.1 Clasificación de los textos jurídicos.....	29
2.2.2 El lenguaje jurídico y comercial.....	31
2.2.3 El análisis de corpus/macroestructuras .....	33
<b>3. MARCO EMPÍRICO</b> .....	35
3.1 Metodología .....	36
3.2 Resultados .....	53
<b>4. CONCLUSIONES</b> .....	61
<b>5. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	63
5. 1 Obras .....	63
5.2 Legislación .....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Comparativa entre el RD y el FDD.....	28
<b>Tabla 2</b> Categorización de textos jurídicos.....	31
<b>Tabla 3.</b> Tipos de corpus según García Izquierdo.....	34
<b>Tabla 4.</b> Macroestructura del contrato de franquicia de los Estados Unidos.....	37
<b>Tabla 5.</b> Macroestructura del contrato de franquicia de España.....	43
<b>Tabla 6.</b> Tabla comparativa de ambas macroestructuras.....	45
<b>Tabla 7.</b> Coincidencias totales y parciales de ambas macroestructuras.....	55

## ÍNDICE DE SIGLAS/ABREVIATURAS

**RD 201/2010** Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores

**TO** Texto origen

**IFA** International Franchise Association

**DEJ** Diccionario panhispánico del español jurídico

**FR** *Franchise Rule*

**FTC** Federal Trade Commission

**UE** Unión Europea

**CEE** Comunidad Económica Europea

**CE** Comisión Europea

**OCM** Ordenación del Comercio Minorista

**FDD** Franchise Disclosure Document

**Tratado** Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea

**ESP** España

**EE.UU.** Estados Unidos

**DPI** Derechos de propiedad intelectual

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Objeto de estudio y justificación

De entre todas las especialidades de traducción escogí para la realización de este Trabajo de Fin de Grado el campo de la traducción jurídica porque es un campo que me apasiona ya que, en palabras de Valérie Dullion (2017: 1) «*[legal translation] contributes to shaping the evolution of legal languages, systems and cultures*».

Dentro del marco de la traducción jurídica, mi elección por los contratos se debe a que, por cuestiones de tiempo, no tuvimos la oportunidad de profundizar en este tipo de textos en las diferentes asignaturas sobre traducción jurídica que ofrece la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada y en concreto el contrato de franquicia por ser un tipo de contrato muy común y de gran importancia en España, ya que según la Asociación Española de Franquiciadores (2020) en España hay un total de 1381 enseñas diferentes entre las cuales Estados Unidos es el segundo país extranjero que mayor número de enseñas tiene en nuestro país solo detrás de Francia. Según ese mismo informe, los 77 819 establecimientos que podemos encontrar en España generaron en el año 2019 más de 26 154 millones de euros y 294 231 puestos de trabajo directos. Estas cifras nos señalan la importancia que tienen las franquicias en España y la importancia de las franquicias de nuestro país en Europa e incluso a nivel mundial, ya que España se encuentra liderando los ránquines mundiales y europeos (Díez, Navarro, Velicia, 2017: 197).

El sistema de franquicias no solo es relevante actualmente, sino que lleva siéndolo desde la década de los 80, cuando se consolidó como una actividad comercial extremadamente rentable (Bordonaba et al, 2009: 64). La franquicia en España tiene su origen en la década de los 50 cuando se instalan en España las franquicias de SEAT y RENAULT, ambas pertenecientes al sector automovilístico (Cuesta, 2004: 8). Durante la década de los 60 diversas empresas procedentes del sector de la lana y PRENATAL se suman al tejido de franquicias español (*ibid*: 8). Tras las décadas de los 70 y 80 en los que el sistema de franquicias español sigue creciendo, pero de una forma más lineal, en la década de los 90 este crece de forma exponencial, lo cual provocó que mejorara en gran medida la situación económica y social de nuestro país (*ibid*: 8). Puesto que este no es el objeto de nuestro estudio, no ahondaremos en profundidad en las causas de este *boom*, si bien cabe destacar algunos como los cambios en los hábitos de consumo, el objetivo de lograr una mayor eficiencia empresarial o los cambios en la distribución comercial que convirtieron a la franquicia en un modelo de negocio ideal ya que no era necesario asumir grandes riesgos para ponerla en marcha (Díez, Navarro y Rondán, 2005).

Tras este crecimiento exponencial, el sistema de franquicias español pasó de contar con franquicias localizadas en unos pocos sectores a que en 2020 cuente con franquicias en 41 sectores diferentes, siendo el sector de la alimentación y hostelería el más relevante de todos ellos (Asociación Española de Franquiciadores, 2020). Todos estos datos ponen en relevancia que la franquicia en España, como hemos comentado anteriormente, no solo tiene gran importancia hoy en día, sino que lleva teniéndola desde ese crecimiento exponencial que experimentó en la década de los 90.

La franquicia y el contrato de franquicia tienen su origen en Estados Unidos y de allí se exportó al resto del mundo, incluido a España. Aunque en sus inicios la franquicia estaba adscrita a instituciones gubernamentales, es decir, las franquicias «*were granted by a state legislature*», la franquicia moderna tal y como la entendemos y prolifera hoy en día proviene de la industria privada (Gurnick y Vieux, 1999: 41). Y esta proliferación tuvo lugar a principios del siglo XX, cuando en Estados Unidos las empresas de gasolineras se percataron de que para solucionar la falta de este servicio especializado debían optar por «*standardizing the brand name [in order to] help them establish brand recognition and loyalty in a generic market*» (*ibid*: 45). Este hecho, además, provocó que los costes se redujeran ya que al formar parte de la misma marca estas empresas no tenían que pagar unos costes que de otra manera serían inasumibles. Esta tendencia de emplear la franquicia como modelo de negocio se expandió rápidamente a otros sectores como el automovilístico o el de la alimentación ya que permitía que los productos se comercializasen en un área determinada bajo el nombre de una misma marca, así como ampliar la distribución de sus productos «*by having independent operators produce uniform finished products*», todo ello mediante «*exercising control over the distributor's manufacturing process*» (Gurnick y Vieux, 1999: 46). Hoy en día, en un informe para el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, la International Franchise Association o IFA (2018) señaló que en EE. UU. podemos encontrar 733 000 establecimientos de franquicias, que generan un total de 7,6 millones de puestos de trabajo directos y 674,3 millones de dólares estadounidenses, lo que supone el 3 % del producto interior bruto del país americano.

## 1.2 Objetivos

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado no es otro que analizar la macroestructura del contrato de franquicia en España y Estados Unidos para compararlos como estudio pretraductológico de este tipo de contrato para facilitar la labor de los traductores.

Antes de embarcarnos en el análisis de este documento debemos conocer y entender su contexto. Prieto Ramos (2011: 15) lo señala muy bien al indicar que «*the translator must perfectly understand the legal function of the text, and identify any comprehension problems*». Y para ello, el análisis de la macroestructura de un documento como parte del proceso pretraductológico es vital, ya que le permite al traductor identificar posibles problemas de traducción. Asimismo, Mayoral (2005: 95) ya apuntó que para la traducción jurídica no solo es importante conocer los términos jurídicos en su «abstracción» y en su contexto, sino que también es importante «la proyección jurídica de los contenidos de ese documento en cuanto a la eficacia de su acto negocial» y el haber analizado la macroestructura de un documento como paso pretraductológico hace que el conocer estos términos y su «proyección jurídica» como indica Mayoral sea mucho más sencillo.

Además de todos estos elementos, la traducción jurídica y por tanto la traducción de un contrato de franquicia tiene una dificultad añadida que la diferencia de otras modalidades de traducción y es que, tal y como apunta Biel (2017: 78), «*[legal translation] operates not only between two languages but also between at least two legal systems*». En nuestro caso, los contratos de franquicia que analizaremos son, como hemos comentado anteriormente, de Estados Unidos y España cuyos ordenamientos jurídicos son bastante distintos tal y como explicaremos más adelante en el apartado Marco jurídico. Todas estas dificultades y trabas se pueden solventar si analizamos la macroestructura de este

tipo de contrato ya que nos permitirá discernir los diferentes problemas que nos encontraremos a lo largo de nuestra traducción.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es facilitarle al traductor ese trabajo pretraductológico y ahorrarle una cantidad de tiempo considerable. Los contratos de franquicia no solo son documentos muy extensos, de entre 11 y 20 páginas aproximadamente, sino que también cuentan con la dificultad añadida de que Estados Unidos tiene un sistema jurídico distinto al de España y esto ralentiza la traducción debido a que el traductor debe generar el mismo efecto legal que tiene el original en su texto meta (TM). Las macroestructuras que analizamos en este Trabajo de Fin de Grado (TFG) además, permitirá al traductor familiarizarse con la fraseología empleada en estos documentos en Estados Unidos y en España, así como su contenido y la disposición de elementos.

Dicho de otra manera, este estudio comparativo macroestructural nos permitirá analizar las similitudes y detectar las diferencias que existen en este tipo de documentos en ambos países facilitando así la labor del traductor.

### **1.3 Contextualización**

Para poder proseguir con nuestro trabajo creemos que es necesario poner en contexto la franquicia y el contrato de franquicia dentro de la cultura española y estadounidense.

En el Diccionario panhispánico del español jurídico (DEJ)<sup>1</sup> encontramos una definición muy sucinta del contrato de franquicia:

Contrato por el que una empresa otorga a otra la comercialización de ciertos productos o servicios bajo sus símbolos y marcas en una zona determinada y con su asistencia técnica a cambio de pagarle una cuota de entrada y un canon periódico.

Sin embargo, en el artículo 2 del Real Decreto (RD) 201/ 2010<sup>2</sup>, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores, ley que regula la franquicia en España, encontramos la siguiente definición:

aquella que se realiza en virtud del contrato por el cual una empresa, el franquiciador, cede a otra, el franquiciado, en un mercado determinado, a cambio de una contraprestación financiera directa, indirecta o ambas, el derecho a la explotación de una franquicia, sobre un negocio o actividad mercantil que el primero venga desarrollando anteriormente con suficiente experiencia y éxito, para comercializar determinados tipos de productos o servicios.

---

<sup>1</sup> Véase la definición del DEJ en: <https://dpej.rae.es/lema/contrato-de-franquicia> [Consulta: 15/06/2021].

<sup>2</sup> Véase el enlace a la legislación en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-4175> [Consulta: 15/06/2021].



En Estados Unidos en cambio, la franquicia se encuentra enmarcada a nivel federal dentro de la *Franchise Rule* (FR), la cual define franquicia en su artículo 436.1 subapartado h)<sup>3</sup> como «*[a]ny continuing commercial relationship or arrangement, whatever it may be called, in which the terms of the offer or contract specify, or the franchise seller promises or represents, orally or in writing.*»

Tanto el RD 201/2010 como la FR añaden en sus definiciones del concepto de franquicia una serie de condiciones que deben cumplirse para que una franquicia sea considerada como tal. Sin embargo, ahondaremos en dichas condiciones en las páginas 21 y 25, en donde analizaremos los marcos jurídicos del contrato de franquicia en España y los Estados Unidos respectivamente.

Otra definición alternativa que encontramos sobre lo que es una franquicia nos la ofrece la International Franchise Association (IFA)<sup>4</sup>:

*A franchise (or franchising) is a method of distributing products or services involving a franchisor, who establishes the brand's trademark or trade name and a business system, and a franchisee, who pays a royalty and often an initial fee for the right to do business under the franchisor's name and system.*

Esta definición expone el concepto de franquicia de manera muy similar a cómo lo hace la FR y el RD 201/ 2010, ya que también hace referencia al uso de la marca, el sistema de negocio y a la contraprestación que hace el franquiciado.

Una vez que hemos definido el concepto de franquicia, hemos de adentrarnos dentro de la definición de lo que es un contrato de franquicia. Para encontrar una definición del contrato de franquicia en España volvemos al DEJ<sup>5</sup> donde se define al contrato de franquicia de la siguiente manera:

Contrato mediante el cual un empresario franquiciador transmite a título de uso y disfrute, a cambio de una contraprestación económica, a otro empresario, franquiciado, el modo de explotación de un negocio, jurídica y tácitamente protegido, así como técnicamente experimentado y contrastado, en orden al desarrollo de una actividad empresarial de reventa de productos o prestación de servicios para el mercado, bajo el rótulo de franquiciador.

Por otra parte, si volvemos al RD 201/ 2010, el contrato de franquicia de forma más sucinta como el medio por el cual se desarrolla la actividad comercial en régimen de franquicia, también denominado acuerdo de franquicia. En esta definición podemos ver cómo el RD 201/ 2010 se limita a delimitar el contrato de franquicia como aquel en donde se establece una relación de franquicia.

---

<sup>3</sup> Véase a la FR en: [https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=06fb48e95637724dae1352160b3c37e&mc=true&node=se16.1.436\\_11&rgn=div8](https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=06fb48e95637724dae1352160b3c37e&mc=true&node=se16.1.436_11&rgn=div8) [Consulta: 15/06/2021].

<sup>4</sup> Véase la definición de la IFA de *franchise* en: <https://www.franchise.org/faqs/basics/what-is-a-franchise>. [Consulta: 15/06/2021].

<sup>5</sup> Véase la definición en: <https://dpej.rae.es/lema/contrato-de-franquicia> [Consulta: 15/06/2021].

En Estados Unidos, la IFA define el *franchise agreement*<sup>6</sup> en su glosario de términos de franquicia de la siguiente manera:

*[a franchise agreement/contract is] [t]he legal document that sets forth the rights and obligations of the franchisee and the franchisor. Commonly included is information about territory, location, training, management, renewal, termination, dispute resolution, suppliers, quality control, product standards, advertising, etc.*

A diferencia de la definición que nos ofrece el DEJ sobre el contrato de franquicia, la IFA no hace referencia a la legislación de la FR. Sin embargo, incluye mucha más información sobre el contenido del *franchise agreement* y ofrece múltiples ejemplos sobre los distintos apartados que nos podemos encontrar ahí. La definición del DEJ, por otra parte, es incompleta en ese sentido ya que se limita a mencionar la legislación que aparece en el RD 201/ 2010 sobre el concepto de franquicia añadiéndole el concepto de contrato.

Una definición alternativa del *franchise agreement* es la que nos ofrece el Legal Information Institute<sup>7</sup>, el cual lo define como «*the contract that establishes the terms of a franchise relationship.*»

Sin embargo, a diferencia de la definición proporcionada por la IFA, esta no hace referencia al contenido de ese *contract* y se limita a dar una definición breve del *franchise agreement*.

Por último, en este apartado hemos constatado cómo existen grandes paralelismos entre el concepto de franquicia y el de contrato de franquicia español y el de *franchise* y *franchise agreement* estadounidense, así como de sus definiciones y características. También como hemos comprobado la legislación tiene cierta similitud, pero esto último lo desarrollaremos más en el apartado Marco jurídico de este TFG.

## 1.4 Antecedentes

En este apartado analizaremos una serie de trabajos que o bien empujan el derecho comparado como base para desarrollar su investigación o bien centran su trabajo en el análisis de la macroestructura de algún documento de carácter jurídico comercial.

En primer lugar, comenzaremos por aquellas obras que emplean el derecho comparado como base a la hora de desarrollar su trabajo. Martínez Motos (2003) realiza una comparativa entre el derecho testamentario inglés y español para buscar terminología que sea equivalente. Asimismo, Acuyo Verdejo (2004) empleó el derecho comparado como base para realizar su trabajo sobre cómo traducir documentos del derecho de marcas, así como Prieto Ramos (2011, 2014) defiende en sus obras la necesidad del derecho comparado para poder llegar a producir una buena traducción, llegando a afirmar que «*legal translation between national systems normally entails an exercise of comparative*

---

<sup>6</sup> Véase la definición de la IFA de *franchise agreement* en: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:eKArZZovmxoJ:https://franchise.org/sites/default/files/Glossary%2520DL%2520-%2520IFA.pdf+&cd=11&hl=es&ct=clnk&gl=es> [Consulta: 15/06/2021].

<sup>7</sup> Véase la definición en: [https://www.law.cornell.edu/wex/franchise\\_agreement](https://www.law.cornell.edu/wex/franchise_agreement) [Consulta: 15/06/2021].

*law before any translation procedure can be applied to culturally marked segments on reasoned grounds»* (Prieto, 2011: 13). Otro autor destacable es Engberg (2013), quien expone en su libro que la clave para realizar buenas traducciones jurídicas entre dos ordenamientos jurídicos distintos es el derecho comparado o Vázquez y del Árbol (2014), quien aplicó el derecho comparado para poder traducir documentos jurídico-judiciales procedentes de Reino Unido y España. Borja Albi (2015), quien mediante el derecho comparado se aventuró en el campo de la traducción de contratos internacionales, el libro de Soriano Barabino (2016) titulado *Comparative Law for Legal Translators* en el que pone de relevancia la importancia del derecho comparado en la formación del traductor jurídico o la autora Cayron (2017), que escribió un manual para traductores jurados sobre cómo traducir documentos notariales en materia de sucesiones con la combinación francés-español, también son autoras relevantes para este apartado.

A continuación, mencionaremos algunos de los trabajos que se han hecho con anterioridad con respecto al análisis de macroestructuras. La primera autora que tenemos que mencionar es Way (2003, 2005) quien, con su tesis doctoral, analizó mediante el derecho comparado la macroestructura de los documentos académicos británicos y españoles al mismo tiempo que realizó un análisis crítico de sus discursos. Asimismo, Campos (2013) analizó en su libro las macroestructuras de los contratos franceses y españoles, así como Vázquez y del Árbol (2014) hizo lo propio con documentos notariales de representación tanto civil como penal en Estados Unidos, Gran Bretaña y España. También Vázquez del Árbol (2014) realizó un estudio de la macroestructura de los actos procesales en la combinación inglés-español. Otro estudio pertinente para esta investigación es el que llevaron a cabo Barceló y Delgado (2014) en el que analizaron la superestructura y la macroestructura de certificados de nacimiento francófonos o el estudio que realizó Garrido (2015) sobre las macroestructuras que presentan los estatutos de sociedades alemán y español, así como la tesis de De las Heras Caba (2015) en la que realiza un análisis macroestructural de los documentos que contiene un expediente de adopción internacional tramitado entre la India y España. El trabajo de Toledo (2016) en el que analizó la macroestructura de contratos de compraventa inmobiliarios procedentes de Inglaterra y Gales y de España, así como los trabajos de Orts (2017), en el que realiza un análisis pretraductológico de las decisiones judiciales en inglés y español, y de Macoretta (2017), en el que la autora analiza la macroestructura de certificaciones literales de nacimiento de Reino Unido y España, también son reseñables.

Asimismo, nos gustaría mencionar el trabajo de Godoy (2017), cuya tesis doctoral versó sobre el análisis de la macroestructura de 100 sentencias de primera instancia y de instancia apelativa tanto británicas como españolas, así como el trabajo de Allouchi (2020), el que realiza un análisis macroestructural de sentencias de divorcio españolas y marroquíes, así como la tesis doctoral de Ruíz Cortés (2020), en la que la autora analiza la macroestructura de solicitudes de residencia españolas y británicas.

Por último, nos gustaría volver a poner en relieve las tesis de Way (2003, 2005), De las Heras Caba (2015) y Ruíz Cortés (2020). Tanto De las Heras (2015) como Ruíz Cortés (2020), evolucionaron el modelo que confeccionó Way (2003, 2005) añadiéndole nuevos matices. En primer lugar, Way en su tesis (2003, 2005) analiza los diferentes elementos que componen la macroestructura de los títulos universitarios británicos y españoles basándose en la función que tienen dichos elementos. Asimismo, al clasificar las coincidencias que obtuvo de dicho análisis Way (2003, 2005) los dividió en totales, nulos o parciales y las coincidencias totales las subdividió en total, total (a veces) y total (en

teoría). Posteriormente, De las Heras Caba (2015) empleó este modelo combinándolo con el de Gamero Pérez (1998, 2001). En su modelo, Gamero Pérez (1998, 2001) dividía la superestructura de los textos técnicos que analizaba en bloques y secciones. En esta jerarquía los bloques ocupan el nivel superior e indican funciones determinadas que cumplen partes del texto dentro de la función general del texto. Además, la autora subdividía los bloques en secciones o partidas, las cuales ocupan el nivel de inferior y cumplen funciones determinadas dentro de los bloques y que, al mismo tiempo, están formadas por segmentos lógicos de información. Por último, Ruíz Cortés (2020) combinó para su tesis los modelos de Way (2003, 2005) y De las Heras Caba (2015), si bien es cierto que la autora se desmarca de De las Heras Caba (2015) ya que ella no analiza la superestructura de sus documentos (Ruíz Cortés, 2020: 185). Ya que en nuestro TFG tampoco analizaremos la superestructura de ambos contratos de franquicia, creemos por lo tanto que el mejor modelo a seguir para nuestro trabajo es el de Ruíz Cortés (2020).

## 1.5 Metodología

En la metodología de este TFG usaremos tres disciplinas diferentes, tal y como lo hizo De las Heras Caba (2015) en su tesis doctoral. En su tesis, podemos encontrar que en su metodología hace uso del derecho comparado para poder analizar el marco jurídico y la situación comunicativa del trabajo, la traductología para asentar la base teórica de su tesis y analizar el «contexto profesional» del estudio, así como de la lingüística textual para analizar, comparar y sacar conclusiones de un corpus. Sin embargo, en nuestro TFG, a nuestro «contexto profesional» lo llamaremos marco textual, teniendo como referencia la tesis de Ruíz Cortés (2020)

Usando estas tres disciplinas, nuestra metodología consta de dos bloques principales, los cuales son un Marco teórico y un Marco empírico. A la hora de tomar la decisión de dividir nuestra TFG en estos dos grandes bloques hemos seguido los modelos de las tesis doctorales de Way (2003), De las Heras Caba (2015) y Ruíz Cortés (2020), de las cuales nos hemos apoyado más en la de Ruíz Cortés (2020) ya que, como comentamos en el apartado Antecedentes, evoluciona el modelo de Way (2003, 2005) y de De las Heras Caba (2015).

El Marco teórico, tal y como señala Way (2003, 2005) en su tesis doctoral, nos permite poner en contexto los textos que vamos a estudiar ya que de otra manera su estudio no sería lo suficientemente completo. Este Marco teórico lo hemos subdividido en dos apartados: Marco jurídico y Marco textual, teniendo como referencia las tesis doctorales de Way (2003), De las Heras Caba (2015) y Ruíz Cortés (2020).

Para el Marco jurídico haremos uso de una de las disciplinas que hemos comentado anteriormente, el derecho comparado. Un traductor jurídico debe tratar con dos ordenamientos jurídicos diferentes y debe conocerlos bien para llegar a producir una buena traducción y, para conseguirlo, es esencial hacer uso del derecho comparado ya que *«methods and results from comparative legal studies as refected not only in the academic legal studies themselves, but also in legal dictionaries, terminological databases and similar sources are central to reaching a relevant result»* (Engberg, 2020: 264). Haciendo uso del derecho comparado, analizaremos los aspectos jurídicos del

contrato de franquicia, así como la legislación que lo regula en la Unión Europea, España y los Estados Unidos.

Con respecto al Marco textual, empleamos como referencia la clasificación de textos jurídicos que realiza Prieto Ramos (2014), ya que como explicamos en el apartado 2.2 Marco textual, creemos que es el que más se ajusta a nuestro trabajo. Aquí encuadraremos nuestros textos dentro de esta clasificación, analizaremos las características del lenguaje jurídico comercial, así como un análisis de corpus y macroestructuras.

Tenemos que tener en cuenta que las tesis de Way (2003, 2005) y Ruiz Cortés (2020) se encuentran dentro del marco de la investigación-acción<sup>8</sup>, que Cravo y Neves (2007: 94) definen como «*an orientation to enquiry rather than a methodology*». Debido a este hecho, en sus tesis encontramos la dimensión social encuadrada dentro del Marco teórico. Sin embargo, al centrarse nuestro trabajo únicamente en establecer un Marco textual y jurídico como parte del Marco teórico, decidimos incluir la implicación social de los contratos de franquicia brevemente en la introducción para, debido al límite de extensión de este TFG, poder tratar con más profundidad el Marco jurídico y textual de nuestros documentos.

El segundo bloque que tratamos en nuestro TFG es el Marco empírico en el que, tras explicar cómo hemos elaborado nuestro corpus, pasaremos a analizar su macroestructura en cuatro pasos. Para la elaboración de este marco empírico, nos hemos basado en las investigaciones de Way (2003, 2005), De las Heras Caba (2015) y Ruiz Cortés (2020). En el Marco empírico, en primer lugar, identificaremos los elementos propios de la macroestructura del corpus, a continuación, analizaremos la macroestructura de ambos documentos haciendo uso de tablas completamente independientes, después confrontaremos ambas macroestructuras mediante una tabla comparativa y una representación numérica.

## **1.6 Estructura del TFG**

Nuestro TFG trata sobre el análisis de la macroestructura del contrato de franquicia en España y en los Estados Unidos y proponer una comparativa que sirva en el proceso pretraductológico, ya que, al conocer la legislación, elementos textuales y trasfondo de estos contratos en ambas culturas, esto le ahorrará mucho tiempo al traductor y le ayudará a anticipar errores y pensar en soluciones. Para lograr nuestro objetivo, el trabajo se estructura de la siguiente manera.

En el capítulo 1 encontramos el objeto de estudio, la motivación de este trabajo, así como los objetivos que persigue este TFG. Asimismo, contextualizamos tanto el concepto de franquicia como el de contrato de franquicia, aportando definiciones y señalando en qué ámbito podemos ver este tipo de textos. Además, continuamos este capítulo introductorio presentando nuestro marco metodológico, analizando en el apartado Antecedentes los trabajos de investigación que han empleado el derecho comparado, los géneros textuales,

---

<sup>8</sup> Al no ser objeto de este estudio no ahondaremos en este aspecto. Sin embargo, Ruiz Cortés (2020) profundiza en este concepto y en sus implicaciones.

así como el análisis macroestructural. Por último, cerramos este capítulo exponiendo la estructura de este trabajo.

En el capítulo 2, exponemos el marco jurídico y textual que se encuentran enmarcados dentro del Marco teórico. En el Marco jurídico, analizamos toda la legislación y normativa que rige los contratos de franquicia en España, Europa, Estados Unidos y en el estado de Massachusetts específicamente. En el Marco textual, clasificamos nuestros textos en base a su género textual, exponemos las distintas características que presenta el lenguaje jurídico comercial y hacemos un repaso al análisis de corpus y macroestructuras.

En el capítulo 3 encontramos el Marco empírico, en el cual explicamos qué criterio hemos seguido a la hora de recopilar nuestro corpus y realizamos su análisis macroestructural.

El capítulo 4 muestra los resultados obtenidos del análisis empírico y el 5 las conclusiones que podemos extraer de su análisis.

Para finalizar nuestro trabajo, exponemos toda la bibliografía que hemos empleado para realizarlo, presentada con el modelo de la *American Psychological Association* (APA) en su sexta edición, así como los anexos.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Tal y como comentamos en nuestra metodología, si obviáramos el contexto de los textos que queremos estudiar, su estudio no sería lo suficientemente completo y preciso (Way 2003, 2005: 6). Para no caer en este error, dividiremos este bloque Marco teórico en dos partes.

En la primera parte, en el Marco jurídico, analizaremos todo el contexto legal que gira alrededor del contrato de franquicia en Europa, España, Estados Unidos y Massachusetts. En la segunda parte, en el Marco textual, lo clasificaremos en base a su género textual e identificaremos las características de su lenguaje jurídico, centrándonos especialmente en su naturaleza comercial.

### **2.1 Marco jurídico**

En este bloque analizaremos toda la legislación que concierne al contrato de franquicia en la Unión Europea, España y en los Estados Unidos. Tal y como veremos en este bloque, hay puntos en los que convergen estas legislaciones, así como otros en los que divergen. Para realizar dicha comparativa haremos uso del derecho comparado. El DEJ<sup>9</sup> define esta disciplina como «el método de estudio del derecho que se basa en la comparación de las distintas soluciones que ofrecen los diversos ordenamientos jurídicos para los mismos casos planteados», y es la disciplina sobre la que se apoyan múltiples autores tales como Way (2003, 2005), De las Heras Caba (2014), Soriano Barabino (2016) o Ruíz Cortés (2020) entre otros para, apoyándose en él, llevar a cabo sus trabajos.

---

<sup>9</sup> Véase la definición en: <https://dpej.rae.es/lema/derecho-comparado> [Consulta: 15/06/2021].

Una vez definida la disciplina que será el pilar de este bloque, pasamos a describir la legislación que concierne al contrato de franquicia tanto en la Unión Europea como en España, en los Estados Unidos y el estado de Massachusetts.

### **2.1.1 El contrato de franquicia en el derecho de la Unión Europea**

Tenemos que tener presente que tras la adhesión de España a la por aquel entonces Comunidad Económica Europea (CEE), España le cedía competencias a la CEE y quedaba supeditada a la legislación europea, es decir, que toda ley o reglamento que emanara de la CEE sería de obligado cumplimiento en España (Jimena, 2006: 125).

Si queremos comprender el marco jurídico del contrato de franquicia en la Unión Europea (UE) tenemos que estudiar el Reglamento (CEE) n.º. 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<sup>10</sup>. Si bien este fue derogado por el Reglamento único de exención n.º.2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas<sup>11</sup>, este reglamento sienta los conceptos de franquicia y su contrato de los que luego beberá y será una influencia determinante el RD 201/ 2010, tal y como expondremos más adelante en la página 20. Asimismo, creemos que es este reglamento tiene una gran relevancia, ya que los conceptos que fija y cómo describe a la franquicia no se menciona en los posteriores reglamentos, puesto que se asume que su concepto ha quedado ya estipulado.

Este Reglamento define la franquicia en su artículo 1 a) de la siguiente forma:

un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimiento, modelos de utilidad, diseños, derechos de autor, «know-how» o patentes, que deberán explotarse para la reventa de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales.

Esta definición nos indica que la que por aquel entonces Comunidad Económica Europea (CEE) concebía la franquicia como una agrupación de derechos que el franquiciador transmite al franquiciado para que este último los utilice para vender los productos o prestar los servicios pertinentes al consumidor final. Esta definición resulta por tanto muy interesante, ya que tal y como veremos en la página 21, el RD 201/ 2010, concibe la franquicia como una actividad comercial más que como un conjunto de derechos.

Otro aspecto a recalcar de este Reglamento y que nos ayuda a entender cómo funciona la legislación que concierne a la franquicia es cómo describe lo que para la entonces CEE es un acuerdo de franquicia. En este reglamento se define un acuerdo de franquicia en su artículo 1 b) como:

---

<sup>10</sup> Véase en: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/f1228382-2fad-4ff0-9335-4d4cc2c31157/language-es> [Consulta: 15/06/2021].

<sup>11</sup> Véase en: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8ac93b80-cbc1-4981-b690-536df5b92971/language-es> [Consulta: 15/06/2021].

el contrato en virtud del cual una empresa, el franquiciador, cede a la otra, el franquiciado, a cambio de una contraprestación financiera directa o indirecta, el derecho a la explotación de una franquicia para comercializar determinados tipos de productos y/o servicios.

Además, añade que debe cumplir una serie de condiciones tales como que el franquiciador le cede al franquiciado los derechos para que pueda emplear el mismo rótulo, uniformes y medios de transporte que el franquiciador. Asimismo, el franquiciador le transmite al franquiciado su *know-how*, que se encuentra definido en el artículo 1 f) como «un conjunto de conocimientos prácticos no patentados, derivados de la experiencia del franquiciador y verificados por éste, que es secreto, substancial e identificado». La última condición que según el Reglamento nº 4087/88 debe cumplirse para que nos encontremos ante un contrato de franquicia es que exista «una prestación continua por el franquiciador al franquiciado de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del acuerdo», todo ello a cambio de la anteriormente mencionada contraprestación del franquiciado también llamada canon.

Estas condiciones, tal y como veremos en el apartado del contrato de franquicia en el derecho de España en la página 21, se ven reflejadas en su totalidad con algunas adiciones en ciertas condiciones tales como en el de la prestación continua en el RD 201/ 2010, de 26 de febrero.

Una vez hemos aclarado cual es el concepto de franquicia que está presente en la UE, pasamos a analizar la legislación que actualmente se encuentra en vigor, la cual es el Reglamento<sup>12</sup> (UE) No 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010 relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

El artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (Tratado) tiene como objetivo regular el mercado interior de todos los Estados miembros de la Unión de forma que se preserve el libre mercado, así como la libre circulación de mercancías y servicios y, tal y como analizamos en la página 23, encuentra su reflejo en la legislación española en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia<sup>13</sup>. Este artículo impide en su apartado 1 una serie de acciones tales como fijar precios de compra o venta, imponer restricciones en las inversiones, producción, mercado o desarrollo técnico, no emplear las mismas condiciones a un tercero para las mismas prestaciones y «subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos».

Sin embargo, en el apartado 3 se dispone que dichas restricciones no se podrán aplicar a «cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas», que persigan una evolución técnica y económica y en donde las partes involucradas disfruten de los beneficios de

---

<sup>12</sup> No mencionamos el Reglamento único de exención nº.2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999 ya que se encuentra derogado y no aporta ningún matiz a la legislación de franquicia puesto que su contenido se ve reflejado y actualizado en el Reglamento (UE) No 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010. No obstante, facilitamos el enlace para su consulta:

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-1999-82510> [Consulta: 15/06/2021].

<sup>13</sup> Véase en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-12946> [Consulta: 15/06/2021].



forma equitativa al mismo tiempo que mejoran la distribución y producción de los productos siempre y cuando no imponga restricciones que impidan conseguir los objetivos ni elimine la competencia con respecto a ciertos productos. Aquí es donde entra en juego el Reglamento No 330/2010.

Lo primero que nos llama la atención de este reglamento es que, si bien su contenido regula la franquicia en la UE, no se hace referencia alguna a la misma de forma explícita como si se hacía en el Reglamento núm. 4087/88 y como sí hace el RD 201/2010, de 26 de febrero en la legislación española. En lugar de eso, se hace referencia a acuerdos verticales y sus restricciones por lo que vemos necesario aclarar el concepto de acuerdo vertical. La definición que nos aporta el Reglamento (UE) No 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010 es la siguiente:

los acuerdos o prácticas concertadas suscritos entre dos o más empresas que operen, a efectos del acuerdo o de la práctica concertada, en planos distintos de la cadena de producción o distribución y que se refieran a las condiciones en las que las partes pueden adquirir, vender o revender determinados bienes o servicios.

De esta definición podemos extraer que los acuerdos verticales son una relación comercial que se establece entre dos empresas que quedan ligadas y que se encuentran en la cadena de distribución por lo que los compradores que forman parte de este acuerdo no son el consumidor final. Los acuerdos verticales pueden ser simples, en los que simplemente se le asigna un precio constante a un producto, o más complejas, en los que entran en consideración descuentos en las cuantías, tarifas partidas y otras variables (Vettas, 2010: 845).

En nuestra Contextualización vimos como en el contrato de franquicia, en la UE, en España y en los Estados Unidos, el franquiciador le otorga una serie de derechos al franquiciado a cambio de una contraprestación, siendo el franquiciado quien es quien le hace llegar al consumidor el producto final por lo que la franquicia cuadra perfectamente en la definición de acuerdo vertical.

Los contratos de franquicia suelen incluir restricciones llamadas restricciones verticales, no solo de la competencia, sino del uso que pueden hacer los franquiciados de los conocimientos que el franquiciador les ha otorgado (Lázaro, 2000: 91). A pesar de que estas restricciones verticales entran en conflicto con el artículo 101, apartado 1 del Tratado, en el caso del contrato de franquicia el Reglamento 330/2010 las como excepciones válidas a dicho artículo, definiéndolas como «restricciones de la competencia que entren en el ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado». Esta definición es más concisa que la que nos ofrece, por ejemplo el DEJ, que define las restricciones verticales<sup>14</sup> como «restricci[ones] de la competencia resultante[s] de un acuerdo vertical», ya que la primera hace referencia al artículo de la legislación en al que afecta. Una vez hemos definido lo que son las restricciones verticales, vemos que son las restricciones a las que hace referencia el artículo 101, apartado 1 del Tratado y que encuentran su legalidad gracias al Reglamento 330/2010.

---

<sup>14</sup> Véase en: <https://dpej.rae.es/lema/restricci%C3%B3n-vertical> [Consulta: 15/06/2021].

Este reglamento indica en su artículo 2, apartado 1, que son exenciones del artículo 101, apartado 1, del Tratado aquellos acuerdos verticales que tengan restricciones verticales y que cumplan una serie de condiciones. Entre ellas, las que nos conciernen en nuestro trabajo son las que se contemplan en el artículo 2, apartado 3 del Reglamento. En este apartado, se señala que son exenciones dichos acuerdos verticales que alberguen cláusulas con respecto al uso o cesión por parte del comprador de derechos de propiedad intelectual (DPI) siempre y cuando dichas cláusulas «no constituyan el objeto principal de dichos acuerdos y que estén directamente relacionadas con el uso, venta o reventa de bienes o servicios por el comprador o sus clientes.» Estos DPI son los que el franquiciador le cede al franquiciado: los derechos para que este último pueda emplear su rótulo, uniformes, infraestructuras y su *know-how*, si bien es cierto que este último concepto el Reglamento 330/2010 lo rebautiza como «conocimientos técnicos», a diferencia del Reglamento 4087/1988 que el término que empleaba era *know-how*, y lo define de la siguiente manera si bien en el fondo es el mismo que la definición que aportaba el Reglamento 4087/1988:

un conjunto de información práctica no patentada derivada de la experiencia y los ensayos realizados por el proveedor y que es secreta, sustancial y determinada; «secreta» significa que los conocimientos técnicos no son de dominio público o fácilmente accesibles «sustancial» significa que los conocimientos técnicos incluyen información que es indispensable al comprador para el uso, la venta o la reventa de los bienes o servicios contractuales; «determinada» significa que los conocimientos técnicos son descritos de manera suficientemente exhaustiva para permitir verificar si se ajustan a los criterios de secreto y substancialidad.

Asimismo, el Reglamento 330/2010 también expone en el artículo 3, apartado 1, que las exenciones a las que hace referencia el artículo 2 solo se aplican si no se supera el 30 % de la parte del mercado del proveedor. Tal y como veremos en la página 23, esto encuentra su reflejo en la legislación española en el artículo 8 de la Ley 15/ 2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Con el objetivo de que este Reglamento se interpretara de la forma correcta, la Comisión Europea (CE) emitió unas directrices denominadas «Directrices relativas a las restricciones verticales 2010/C 130/01»<sup>15</sup>. Estas directrices, tratan directamente el caso de los contratos de franquicia en los apartados 44, 45 y del apartado 189 al 201 y de forma indirecta en desde los apartados 31 al 44.

Los apartados 31 a 37 hacen referencia al artículo 2, apartado 3, que hemos mencionado anteriormente y explican más detalladamente las exenciones que hemos analizado aportando ejemplos para clarificarle al lector cual es el ámbito de aplicación del Reglamento. Sin embargo, es interesante el apartado 38 y su aplicación en el contrato de franquicia, ya que este desglosa las principales áreas en las que afectan los DPI. La CE distingue principalmente tres, que son marcas registradas, derechos de autor y conocimientos técnicos. Los derechos de autor que se mencionan entre los apartados 40 y 42 hacen referencia a derechos de autor de libros, programas informáticos y similares

---

<sup>15</sup> Véase en: <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:130:0001:0046:ES:PDF> [Consulta: 15/06/2021].

por lo que, debido a la naturaleza del contrato de franquicia, nos centraremos en las marcas registradas y en los conocimientos técnicos.

Con respecto a la marca registrada, el apartado 39 nos aclara que la concesión de una licencia de marca puede estar relacionada con «la distribución de los productos del otorgante de la misma en un territorio específico», el cual es el caso de la franquicia en el que el franquiciador le otorga al franquiciado los derechos sobre su marca para que pueda vender con su nombre en el territorio que indique el contrato.

El apartado 43 describe que el contrato de franquicia es el mejor ejemplo que ilustra el trasvase de unos conocimientos técnicos, que ya definimos con anterioridad en este apartado, con el objetivo de mercadotecnia<sup>16</sup>. Asimismo, en este apartado describe como además de las licencias de DPI, el franquiciador suele prestar asistencia comercial o técnica, aclaración que se ve reflejada en la legislación española en el RD 201/ 2010. Por otra parte, en el apartado 44, describe como la cesión de los DPI ayuda al franquiciado a revender los productos del franquiciador, lo que facilita este régimen comercial.

Es interesante ver cómo el apartado 45 de estas directrices hace referencia al artículo 101, apartado 1 del Tratado y lo aplica a la relación de franquicia exponiendo una serie de obligaciones, o en este caso tal y como hemos visto anteriormente también llamadas restricciones verticales, que tiene el franquiciado para con los DPI que le otorga el franquiciador para que estos estén protegidos. Estas restricciones incluyen no realizar una actividad comercial parecida a la del franquiciador, no desvelar los conocimientos técnicos a pesar de que el contrato haya finalizado hasta que no pasen a dominio público, no participar con capital en una empresa competidora<sup>17</sup>, comunicar al franquiciador la experiencia adquirida en la franquicia para que se utilice para los conocimientos técnicos del franquiciador, informar de cualquier vulneración de los DPI al franquiciador y tomar acciones legales o ayudar al franquiciador a tomarlas en ese caso, no emplear los conocimientos técnicos para otro fin que no sea la franquicia y no ceder los derechos y obligaciones del contrato sin el consentimiento del franquiciador.

Además, nos gustaría recalcar la importancia de los apartados 189 y 190. El apartado 189 hace un breve resumen de en qué consiste la actividad de franquicia en la Unión Europea y hace alusión a los conceptos que hemos ido analizando en este apartado tales como DPI, canon, conocimientos técnicos, asistencia comercial etc. Por otra parte, el apartado 190 resume las restricciones verticales de los apartados 24 a 46 que hemos analizado con anterioridad y hace mención a que el umbral de cuota de mercado no debe alcanzar el 30 % para que estas exenciones se puedan aplicar tal y como hemos mencionado. Sin embargo, el apartado 190 aporta dos observaciones más específicas sobre las restricciones verticales aplicadas a la franquicia. La primera de ellas es que, a mayor transferencia de

---

<sup>16</sup> El DEJ define mercadotecnia como el «conjunto de estrategias empleadas para la comercialización de un producto y para estimular su demanda». Véase en: <https://dpej.rae.es/lema/mercadotecnia>. [Consulta: 15/06/2021].

<sup>17</sup> El Reglamento 330/2010 define empresa competidora como un competidor real o potencial, [en el que un] «competidor real» [es] una empresa activa en el mismo mercado de referencia [y un] «competidor potencial» [es] una empresa que, en ausencia de un acuerdo vertical, podría emprender, por razones realistas y no según una posibilidad meramente teórica, las inversiones adicionales necesarias o sufragar otros costes de transformación necesarios para penetrar en el mercado de referencia en un breve periodo de tiempo en caso de aumento ligero, aunque constante, de los precios relativos.

conocimientos técnicos, mayor serán las restricciones verticales que se creen para protegerlos y, por ende, dichas restricciones cumplirán las condiciones que aparecen en el artículo 101, apartado 3 del Tratado. La segunda es que las restricciones verticales que impiden la competencia quedan fuera de la exención de dicho artículo cuando se argumenta que son necesarias para «mantener la identidad y reputación comunes de la red franquiciada».

La primera puntualización es relevante puesto que, si la cantidad de conocimientos técnicos transmitidos fuera demasiado pequeña, la exención que se contempla en el Reglamento 330/2010 podría no llegar a aplicarse y, por ende, no podría existir dicho contrato de franquicia bajo la legislación europea. La segunda puntualización nos hace ver que, si hubiera restricciones verticales de no competencia en el contrato de franquicia con el argumento de la mantener identidad y reputación de la franquicia, no se produciría esa creación de riqueza por parte de ambas partes que persigue el Tratado.

En resumen, la legislación europea cubre el contrato de franquicia con el Reglamento 330/ 2010, si bien es cierto que necesitaríamos hacer uso del ya derogado Reglamento 4087/88 para conocer el concepto de franquicia y contrato de franquicia que existe en la Unión Europea. En España encontramos reflejada algunos aspectos de la legislación europea de forma explícita en la Ley 15/ 2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia o en el RD 201/ 2010.

### **2.1.2 El contrato de franquicia en el derecho de España**

Antes de ahondar en este apartado, vemos necesario recordar que, en España, la legislación de la UE tiene rango superior a la española, por lo que el contrato de franquicia se verá regulado por dicha legislación, concretamente por el Reglamento 330/ 2010 y la Directiva 2010/C 130/01. Sin embargo, la legislación española, aparte de incorporar en derecho interno<sup>18</sup> algunos aspectos de la legislación europea, también tiene su propia legislación con respecto a la franquicia y sus propias particularidades.

Lo primero que debemos abordar es cuál es el concepto de franquicia en el ordenamiento jurídico español. La primera aproximación a este concepto lo encontramos en el artículo 62.1 de la Ley 7/1996, de 15 enero, de Ordenación de Comercio Minorista (OCM)<sup>19</sup>. Este artículo define la franquicia de la siguiente manera:

La actividad comercial en régimen de franquicia es la que se lleva a efecto en virtud de un acuerdo o contrato por el que una empresa, denominada franquiciadora, cede a otra, denominada franquiciada, el derecho a la explotación de un sistema propio de comercialización de productos o servicios.

En esta definición ya podemos ver algunas diferencias entre la legislación europea y la española. Tal y como vimos en la página 15, en el artículo 1 a) ya derogado Reglamento (CE) núm. 4087/88, la legislación europea entiende la franquicia como un conjunto de derechos, de propiedad intelectual, explotación y *know-how* entre otros, que el

---

<sup>18</sup> Derecho interno: Designase así a la organización jurídica interna de cada estado. Véase en: <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/derecho-interno/derecho-interno.htm> [Consulta: 15/06/2021].

<sup>19</sup> Véase en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1072>. [Consulta: 15/06/2021].

franquiciado le cede al franquiciador para que este último los explote y para vender el producto al usuario final. Sin embargo, la legislación española entiende la franquicia como una actividad comercial más que como un conjunto de derechos, si bien es cierto que luego expone que el franquiciado cede los derechos de su sistema al franquiciado y estos derechos no se exponen con detalle como sí lo hace el Reglamento (CE) nº 4087/88 en su artículo 1 a).

No obstante, la Ley 7/1996, de 15 enero, de OCM solo trata a la franquicia en su artículo 62 y, tras el auge de las franquicias en España que analizamos en las páginas 6 y 7 de nuestra Introducción, España se vio en la necesidad de regular la franquicia de forma más detallada y concisa y así vio la luz el RD 201/2010, donde encontramos una definición más interesante del concepto de franquicia en el ordenamiento jurídico español.

El RD 201/2010, en su artículo 2.1, define el concepto de franquicia apoyándose en la definición aportada en el artículo 62 de la Ley 7/1996 de OCM y la expande y detalla:

aquella que se realiza en virtud del contrato por el cual una empresa, el franquiciador, cede a otra, el franquiciado, en un mercado determinado, a cambio de una contraprestación financiera directa, indirecta o ambas, el derecho a la explotación de una franquicia, sobre un negocio o actividad mercantil que el primero venga desarrollando anteriormente con suficiente experiencia y éxito, para comercializar determinados tipos de productos o servicios.

En esta definición ya se incluyen conceptos importantes que son característicos de la franquicia como la contraprestación por parte del franquiciado y la experiencia del franquiciador, que tal y como vimos en la página 19, el apartado 45 de las Directrices relativas a la aplicación del Reglamento 330/2010 señala como un aspecto importante a comunicar con respecto a la protección de los DPI. Asimismo, el artículo 2.1 del RD 201/2010 expone que hay tres condiciones en el artículo 2.1 que deben cumplirse para que la franquicia sea considerada como tal.

La primera condición la encontramos en subapartado a) del artículo 2 de este mismo RD y expone que el franquiciador debe cederle al franquiciado los derechos para que este último pueda usar el mismo rótulo o denominación que el franquiciador, así como derechos de propiedad industrial y DPI al tiempo que la franquicia use una «presentación uniforme» en sus locales y medios de transporte.

La segunda condición, presente en el subapartado b), aborda el hecho de que para que un negocio se considere franquicia el franquiciador debe transmitirle al franquiciado un saber hacer o conocimientos técnicos, y que estos tienen que ser, sustanciales, singulares y propios.

La última condición que encontramos en este artículo está presente en el subapartado c) hace referencia a la asistencia técnica o comercial que debe proporcionarle el franquiciador al franquiciado.

De estas tres condiciones se pueden extraer análisis muy interesantes. Primero, estas condiciones son las mismas que expone el Reglamento (CEE) 4087/88 en su artículo 1, lo cual es otro ejemplo más de que este reglamento, si bien derogado, tiene gran influencia

en el concepto de franquicia tanto español como europeo. El único matiz que añade la legislación española a esas características es uno menor, pues es simplemente de índole terminológica, ya que emplea «conocimientos técnicos» tal y como aparece en el Reglamento 330/2010 en vez de *know-how* como lo hace en el Reglamento (CEE) 4087/88. Asimismo, tal y como veremos en la página 25, estas condiciones son muy similares a las que impone la legislación estadounidense en su artículo 436.1. A pesar de estas similitudes, en este artículo 2 ya podemos empezar a ver algunas discrepancias entre la legislaciones europea y española con la estadounidense. Tanto en el artículo 2.1 del RD 201/2010, de 26 de febrero en la legislación española, como en el artículo 1 apartado 2 c) del Reglamento CEE 4087/88 en la legislación europea, el acuerdo de franquicia aparece definido de forma clara y concisa. Sin embargo, la legislación estadounidense no aporta ninguna definición del contrato de franquicia, si bien es cierto que tal y como analizamos en la página 10, la IFA sí aporta dicha definición.

Sin salir del artículo 2 del RD 201/2010 seguimos encontrando aspectos interesantes. En el artículo 2.4 encontramos una serie clarificaciones a fin de evitar que otras relaciones jurídicas que a priori puedan parecer que se podrían considerar una relación de franquicia se consideren así. En este artículo se deja patente que el ceder un rótulo comercial, una enseña una marca registrada, transferir tecnología o conceder una licencia de fabricación, aunque pueda parecer que podrían considerarse contratos de franquicia ya que hay una cesión de derecho para que los explote otra persona o entidad, la ley las descarta al no cumplir con los requisitos que hemos analizado antes. Esto resulta interesante ya que ni la legislación europea ni la estadounidense, como veremos en la página 25, hacen aclaraciones de relaciones jurídicas que podrían malinterpretarse como un contrato de franquicia.

Otro aspecto del RD 201/2010, en el que encontramos similitudes entre la legislación española y la estadounidense es lo concerniente a la información precontractual. El RD 201/2010, en su artículo 3, expone que el franquiciador debe enviarle al posible franquiciado una serie de información por escrito tales como la razón social de la franquicia, su experiencia franquiciadora y una descripción general la actividad de franquicia entre otras. En el apartado del contrato de franquicia en los Estados Unidos veremos como la legislación estadounidense no solo contempla esta información, sino que la engloba dentro de un documento denominado *Franchise Disclosure Document* (FDD)<sup>20</sup>, contemplado en el subapartado C de la FR. Sin embargo, en este apartado solo analizaremos aquella información precontractual que está presente en la legislación española y no en la estadounidense, ya que analizaremos los puntos en los que convergen en la página 26, englobada en el subapartado de El contrato de franquicia en el derecho federal de los Estados Unidos.

Aquellos aspectos que son propios de la legislación española y no de la estadounidense con respecto a la información precontractual lo encontramos en los artículos 3 b) y 3 f) del RD 201/ 2010. En el artículo 3 b) encontramos cómo la legislación española le exige al franquiciador que acredite que tiene la licencia de marca en vigor en España, así como si tiene algún proceso judicial abierto con respecto a ella. Por otra parte, el artículo 3 f)

---

<sup>20</sup> Tal y como hemos comentado no profundizaremos en su concepto, sin embargo, aportamos enlaces a diversas obras que lo abordan en profundidad.

hace referencia a que el franquiciador debe adjuntarle al franquiciado la extensión y la estructura de su franquicia en España, así como la forma en la que está organizada, su número de establecimientos, población de los lugares en los que operen sus locales y aquellos franquiciados que dejaron de pertenecer a la red de franquiciados en los últimos años. En estos artículos no solo encontramos diferencias con la legislación estadounidense, la cual desglosaremos en mayor profundidad en la página 25, sino también con la europea, ya que en la legislación europea no se hace mención alguna a ningún tipo de información precontractual que deba facilitarse a al franquiciado.

Asimismo, en los artículos 5 y 6 del RD 201/ 2010, encontramos otro de los puntos más interesantes de este RD a la hora de hacer la comparativa con la legislación estadounidense, y es que estos artículos abordan el registro de franquiciadores. Concretamente, en el artículo 5 se establece que todos los franquiciadores tienen el deber de inscribirse en un registro que, acorde al punto 1 de este mismo artículo, será solo para fines de publicidad e información. Esta obligación también se contempla en el artículo 62.2 de la Ley 7/ 1996, de 15 de enero, de OCM y el RD 201/2010, le hace alusión para así recalcar la procedencia de dicha obligación. Por otra parte, el artículo 6 especifica las funciones de dicho registro entre las que se encuentra asignar claves identificativas a los franquiciadores, registrar el domicilio de los franquiciadores si lo hubiera, expedir certificados entre otras funciones<sup>21</sup>. Estos dos artículos resultan, como bien hemos indicado antes, muy interesantes para nuestra comparativa. España obliga a los franquiciadores a inscribirse en un registro y legisla para que así sea, al contrario que la UE que no tiene legislación alguna que haga referencia a un registro de franquiciadores europeo o similar y deja a los países miembros la potestad para legislar en el caso de que quieran llevar un registro de los franquiciadores. Pero lo más interesante que nos aportan estos artículos para nuestra comparativa es al comparar el sistema español con el estadounidense. En la página 28 de nuestro TFG, comprobaremos cómo en los Estados Unidos también encontramos un registro, pero que a diferencia de del español, este es de información de la información precontractual que el franquiciador le facilita al franquiciado y que su obligatoriedad y existencia varía dependiendo del Estado en el que la franquicia tenga el domicilio fiscal.

Otra de las leyes que compone el Marco jurídico del contrato de franquicia en España es la ley de Ley 15/ 2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia. El objetivo de esta ley es velar por el libre mercado y comercio de bienes y servicios y, tal y como hemos visto en el apartado Marco jurídico del contrato de franquicia en la UE, es el reflejo en la legislación española del artículo 101 del Tratado. Ya explicamos en la página 17 que el contrato de franquicia es un acuerdo vertical que incluye restricciones verticales por lo que a priori podría considerarse que vulneran ese libre mercado que impulsa la legislación.

Para evitar esta confusión, además de incorporar el Reglamento 330/2010 tal y como expusimos en la página 20, la legislación española refleja explícitamente su contenido en esta ley y así crea legislación interna que refuerza a la europea. La Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia es un ejemplo de ello ya que su artículo 8, donde se

---

<sup>21</sup> Al no ser el objeto principal de nuestro TFG no ahondaremos en las muchas funciones del registro de franquiciadores. Sin embargo, pueden encontrarse en el artículo 6 del RD 201/2010 y el enlace en la bibliografía.

trata que una de las condiciones que deben cumplirse para perseguir las concentraciones económicas es que estas superen el 30 % de la cuota de mercado, es un reflejo de la legislación europea, concretamente del artículo 3, apartado 1 del Reglamento 330/2010.

A modo de resumen de este apartado podemos ver como la legislación española, a pesar de incorporar plenamente la europea, no solo esgrime en derecho interno algunas de sus estipulaciones tal y como ocurre con la Ley 15/2007 Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, sino que añade matices nuevos como el registro de franquiciadores que se contempla en el RD 201/2010 y que encontramos uno similar en los Estados Unidos si bien es cierto que las funciones y el enfoque de este último son diferentes. Asimismo, hemos visto como el concepto de franquicia español difiere en menor medida del europeo al entender la franquicia como actividad y no un conjunto de derechos y cómo esta definición es muy parecida a la que encontramos en la legislación estadounidense, así como la información precontractual que el franquiciador está obligado a facilitarle al franquiciado, aunque en los Estados Unidos esto último forma parte de un documento aparte.

### **2.1.3 El contrato de franquicia en el derecho federal de los Estados Unidos**

Hasta ahora hemos visto como el contrato de franquicia en España está regulado por la legislación europea y por la española. En los Estados Unidos sucede algo similar ya que la franquicia «*[is] regulated at the state and federal level*» (Gandhi, 2014: 6). Antes de 1979 esto no era así y solo se legislabo a nivel estatal, pero tras «*widespread fraudulent, deceptive, and unfair trade practices adopted by several franchisors*», la Federal Trade Commission (FTC) legisló la franquicia a nivel federal para evitar tales abusos (Gandhi, 2014:7). La FTC es «*the body that has jurisdiction in the United States over federal disclosure rules for franchisors*» y su respuesta ante tales abusos fue la promulgación de la ley Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising and Business Opportunities Ventures, más conocida como FTC Rule o Franchise Rule (FR), cuya última modificación tuvo lugar en 2007 (Lafontaine y Blair, 2008: 382). Una vez establecidos y delimitados los niveles que tenemos que analizar a la hora de comprender cómo funciona la legislación de franquicia en los Estados Unidos pasamos a comentar la legislación a nivel federal.

Lo primero que debemos analizar es cuál es el concepto de franquicia en la legislación federal estadounidense. La FR define franquicia en su artículo 436.1 g) como «*any continuing commercial relationship or arrangement, whatever it may be called, in which the terms of the offer or contract specify, or the franchise seller promises or represents, orally or in writing*». Con esta definición ya podemos empezar nuestro análisis. De aquí podemos extraer que la legislación entiende la franquicia como una actividad comercial al igual que ocurre en el artículo 2 del RD 201/2010 en la legislación española, y diferenciándose también de la legislación europea que en el Reglamento 4087/88 en su artículo 1 a) entendía la franquicia como un conjunto de derechos más que como una actividad comercial.

Pero la FR no sólo se limita a definir la franquicia, sino que al igual que el RD 201/2010 español, establece una serie de condiciones que deben cumplirse para que una actividad



comercial sea entendida como una franquicia. Estas condiciones las encontramos en el mismo artículo 436.1 g) y son las siguientes:

*(1) The franchisee will obtain the right to operate a business that is identified or associated with the franchisor's trademark, or to offer, sell, or distribute goods, services, or commodities that are identified or associated with the franchisor's trademark;*

*(2) The franchisor will exert or has authority to exert a significant degree of control over the franchisee's method of operation, or provide significant assistance in the franchisee's method of operation; and*

*(3) As a condition of obtaining or commencing operation of the franchise, the franchisee makes a required payment or commits to make a required payment to the franchisor or its affiliate.*

Al ver estas condiciones no solo podemos constatar que tanto la FR como el RD 201/2010 añaden condiciones a sus conceptos de franquicia a diferencia del concepto de franquicia europeo y su reflejo en el Reglamento 4087/88, sino también que las condiciones que aparecen en la FR son muy similares a las que podemos ver en la legislación española.

En los puntos (1) y (a) de ambas leyes, podemos ver como ambas culturas entienden que el franquiciado obtiene el derecho de emplear la marca y los bienes y servicios del franquiciador. El punto (3) de la FR se corresponde a la contraprestación por parte del franquiciado que debe existir para que exista una franquicia. Con respecto al punto (2) de la FR podemos encontrar su reflejo en el RD 201/2010 en su artículo 1 subapartado c) en el que se hace referencia a la supervisión del franquiciador, así como de la asistencia que este debe proporcionarle al franquiciado, si bien es cierto que en la legislación española se especifica que esta asistencia puede ser de carácter técnico, comercial o ambos. Estas similitudes entre los conceptos de franquicia se deben a que, tal y como explicamos en la página 7, el concepto de franquicia se originó en los Estados Unidos y de ahí se exportó al resto del mundo, por lo que es normal que la legislación refleje esa exportación de conceptos. Asimismo, podemos comprobar cómo la FR, al igual que la legislación europea, no expone ejemplos de ciertas relaciones jurídicas que podrían confundirse con el contrato de franquicia pero que no lo son, como sí hace el RD 201/2010. Sin embargo, al ver esta definición también comprobamos que la legislación estadounidense no aporta una definición del contrato de franquicia como sí la aporta la española en el artículo 1 del RD 201/2010.

Si seguimos analizando la FR encontramos que en su artículo 436.2 expone el deber que tiene el franquiciador para con el franquiciado a la hora de entregarle una serie de documentos precontractuales. En este artículo se expone cómo el franquiciador debe enviarle al franquiciado 14 días antes de la firma del contrato un documento que contiene información precontractual, la cual desglosaremos más adelante cuando tratemos dicho aspecto, así como cualquier modificación que el franquiciador efectuó a dicho documento y comunicarle estas modificaciones al menos 7 días antes de la firma del contrato. Asimismo, este mismo artículo considera que dichos documentos han sido enviados si se enviaron por fax, email o cualquier otro medio antes de las fechas anteriormente mencionadas, si se le facilitó al franquiciado un enlace para que pudiera acceder a dichos

documentos por Internet o si bien 3 días naturales antes de la fecha prevista se le enviara al franquiciado «*by first-class United States mail*» un papel o dispositivo electrónico que contuviera dichos documentos.

Si comparamos este artículo con la legislación europea y española encontraremos aspectos muy interesantes. Al compararlo con la europea, vemos como la legislación de la UE no incluye en ninguno de los reglamentos que hemos expuesto a lo largo de este trabajo ningún apartado que indique ningún deber por parte del franquiciador para con el franquiciado de facilitarle información precontractual. Por otra parte, la legislación española sí incluye dicha obligación en el artículo 3 del RD 201/2010, pero a diferencia de la estadounidense no regula en qué formatos puede enviarse dicha información, si bien es cierto que al igual que la estadounidense sí impone un plazo para que se envíe dicha información, el cual es de 20 días hábiles antes de la firma del contrato.

Una vez delimitado cuándo y cómo debe enviarse esta información, la FR expone en sus artículos 436.3, 436.4 y 436.5 el contenido que deben tener dichos documentos y le da nombre al documento en el artículo 436.3, siendo este *Franchise Disclosure Document* (FDD). La FR indica en dichos artículos que este documento debe contener una información que se divide en 23 bloques o *items* y que es de gran relevancia para nuestro trabajo, pues gran parte de estos bloques luego se plasmarán en el contrato. Gandhi (2014: 8) recoge estos bloques:

*Background on the franchisor, its parents, predecessors, and affiliates; business experience; and litigation and bankruptcy history (Items 1-4), Fees to be paid to the franchisor and estimate of initial investment (Items 5-7), Restrictions on sources of products & services and territorial restrictions; franchisor's obligations; assistance by franchisor, training, advertising; financing (Items 9-12), Intellectual property: trademarks, copyrights, and patents (Items 13-14), Franchisee's obligations, restrictions on sales; provisions regarding renewal, termination, transfer, and dispute resolution; and public figures (Items 15-18), Financial performance representations (Item 19), Franchisee information (Item 20), Financial statements (Item 21), Contracts (Item 22) [and] Receipts (Item 23).*

Si comparamos este contenido con el que el artículo 3 del RD 201/2010, podemos extraer conclusiones interesantes. Lo primero que nos llama la atención al compararlos es que la cantidad de información que la legislación estadounidense exige que el franquiciador le entregue a al franquiciado es mucho mayor (23 bloques) de la que lo hace la legislación española (7 bloques). Sin embargo, y a pesar de esta gran diferencia en número de contenidos, podemos encontrar similitudes entre ambos.

La información contenida en la legislación estadounidense en los ítems 1 - 4 guarda relación con los apartados 3 a) y 3 d) del RD 201/2010, de 26 de febrero. El artículo 3 a) señala que el franquiciador debe enviarle al franquiciado su nombre o razón social, capital social, datos del registro de franquiciadores y en el caso de ser extranjera debe aportar los datos que figuren sobre el franquiciador en su país de origen. Esto guarda gran similitud con los bloques 1 - 4 de la FR, ya que en estos bloques también se le exige al franquiciador que aporte información sobre él mismo y datos sobre su franquicia, aunque en vez de

tener que aportar su capital social tiene que mostrar si ha estado o está en bancarrota. Asimismo, el artículo 3 d) expone que el franquiciador debe comunicarle al franquiciado su experiencia franquiciadora, aspecto que también se ve reflejado en los ítems 1 - 4 de la legislación estadounidense.

Continuamos con los ítems 5 - 7 en los que se establecen los pagos que debe realizarle el franquiciado al franquiciador, así como un cálculo de la inversión inicial necesaria para poner en marcha la franquicia. La legislación española también refleja estos conceptos en los artículos 3 e) y 3 g). Dentro del artículo 3 e) encontramos como el franquiciador debe facilitarle al franquiciado una «estimación de las inversiones y gastos necesarios para la puesta en marcha de un negocio tipo», mientras que el artículo 3 g) expone cómo las contraprestaciones económicas deben formar parte de la información precontractual.

Los ítems 9 - 12 hacen referencia a las obligaciones del franquiciador, la asistencia que este debe proporcionarle al franquiciado, formación al franquiciado si fuera necesario, así como las financiación y publicidad. El artículo 3 del RD no hace mención alguna acerca de publicidad, sin embargo, sí podemos encontrar las obligaciones del franquiciador y todo lo relacionado con las finanzas en el artículo 3 g). Por otra parte, los ítems 13 - 14 de la legislación estadounidense hacen referencia a las marcas, patentes y, en definitiva, a los conocimientos técnicos y propiedad intelectual que el franquiciador debe transmitirle al franquiciado. Estos conceptos los vemos reflejados en la legislación española en el artículo 3 e) del RD 201/2010, el cual también señala que el franquiciador debe comunicarle al franquiciado sus conocimientos técnicos y su propiedad intelectual.

En los ítems 15 - 18 encontramos información sobre los deberes del franquiciado, restricciones de ventas, finalización del contrato, cómo se resolverán las disputas entre el franquiciador y el franquiciado, cómo se renovará el contrato y todo lo relacionado las figuras públicas que estén relacionadas con la empresa. De todos estos conceptos, solo encontramos en la legislación española, concretamente en el artículo 3 g), los conceptos de obligaciones del franquiciado, finalización del contrato y el cómo se resolverán las disputas.

Con respecto a los ítems 21, sobre las finanzas de la franquicia, y 22, contratos, los podemos relacionar con los artículos 3 a) y 3 g) respectivamente. El artículo 3 a) indica que el franquiciador debe entregarle al franquiciado los datos sobre el capital social de la franquicia, lo cual es similar al concepto de «*financial statements*» que se contempla en la legislación estadounidense. Por otra parte, el ítem 23 lo podemos encontrar en el artículo 3 g) del RD 201/2010, sin embargo, hablaremos de él con más profundidad más adelante en este mismo apartado.

Por otra parte, los conceptos reflejados en los ítems 19, 20 y 23 presentes en la legislación estadounidense no se encuentran en la legislación española y son propios de la legislación de los Estados Unidos. Los ítems 19 y 20 tratan sobre la información financiera e información general sobre la franquicia y el ítem 23 trata sobre los recibos de la franquicia.

Es importante señalar la importancia del artículo 3 g) del RD que hemos ido analizando hasta ahora. En este artículo se establecen los elementos que deben formar parte del contrato de franquicia explícitamente. Sin embargo, aunque en la legislación

estadounidense no aparece de forma explícita el contenido del contrato de franquicia, sí que lo hace de forma implícita pues si nos fijamos en los diferentes ítems que se exponen, la FR está legislando de forma indirecta los diferentes elementos y conceptos que deberán reflejarse en el posterior contrato.

ÍTEMS DEL FDD	APARTADOS DEL ARTÍCULO 3 DEL RD	CONTENIDO
1 - 4	a) y d)	Datos que el franquiciador debe enviarle al franquiciado.
5 - 7	e) y g)	Pagos que del franquiciado al franquiciador.
9 - 12	g) (parcial)	Obligaciones del franquiciador respecto al franquiciado; deber de asistencia; formación y financiación. El RD no menciona nada acerca de publicidad.
13 - 14	e)	Conocimientos técnicos y propiedad intelectual que el franquiciador debe facilitar al franquiciado.
15 - 18	g) (parcial)	Información sobre los deberes del franquiciado, restricciones de ventas, finalización del contrato, cómo se resolverán las disputas entre el franquiciador y el franquiciado, cómo se renovará el contrato. Solo encontramos en el RD los conceptos de obligaciones del franquiciado, finalización del contrato y el cómo se resolverán las disputas.
19 - 20	Sin reflejo en el RD	Estadísticas financieras e información de la franquicia.
21	a)	Finanzas.
22	g)	Contratos.
23	Sin reflejo en el RD	Recibos.

**Tabla 1.** Comparativa entre el RD 201/2010 y el FDD (Elaboración propia)

Una vez analizado el nivel federal pasamos a analizar el nivel estatal de la legislación estadounidense. En el nivel estatal encontramos que, además de todo lo expuesto en la FR, muchos estados exigen que se registre el FDD en un organismo estatal, que al menos los franquiciadores entreguen en dichos organismos un documento en el que afirman que han entregado el FDD al franquiciado o bien no exigen ni lo uno ni lo otro (Gandi, 2014: 9). Algunos estados donde se exige que se registre el FDD son California, Michigan, Minnesota o Wisconsin mientras que entre los estados en donde el franquiciador debe entregar un documento en el que afirma que le ha entregado el FDD al franquiciado son Florida, Kentucky, Luisiana o Utah. En ese tercer grupo de estados, donde no se le exige al franquiciador que entregue ningún tipo de documentación precontractual se encuentran estados como Alabama, Pennsylvania, Montana Nevada y Massachusetts, estado a cuya jurisdicción pertenece el contrato de franquicia que analizaremos en nuestro Marco empírico.

Si comparamos estas legislaciones con la española, vemos como en España no existe ningún registro en el que deba entregarse la información precontractual. A diferencia de los Estados Unidos, el registro con el que cuenta España es el registro de franquiciadores,

presente en los artículos 5, 6 y 7 del RD 201/2010 y, a diferencia del estadounidense, cuyos registros son requisitos legales, el de España cumple una función meramente administrativa y solo «a efectos de información y publicidad».

En resumen, hemos visto cómo el concepto de franquicia en los Estados Unidos es similar al concepto de franquicia en España y cómo esto se debe que en España se importó el concepto de franquicia de los Estados Unidos. Asimismo, hemos visto cómo la legislación estadounidense no aporta una definición del contrato de franquicia como sí encontramos en la legislación española y cómo ambas culturas entienden que el franquiciador tiene el deber de facilitarle al franquiciado cierta información precontractual, si bien es cierto que ambas culturas a pesar de tener similitudes en este aspecto, también presentan diferencias. Además, hemos visto cómo la legislación estadounidense no regula de forma explícita el contenido del contrato de franquicia como sí lo hace la española, sino que lo hace de forma implícita a través de los diferentes ítems que están presentes en el FDD. Por último, hemos visto que a nivel estatal hay estados que tienen requisitos de inscripción del FDD o de al menos un documento que indique que dicho FDD le ha sido entregado al franquiciado pero que en el caso de Massachusetts ninguna de estas dos obligaciones está presente.

## **2.2 Marco textual**

Tras haber abordado toda la legislación que regula el contrato de franquicia en la Unión Europea, España y los Estados Unidos, englobada en nuestro Marco jurídico, desarrollaremos a continuación el marco textual de nuestros documentos. En este marco textual, trataremos la clasificación textual dentro del marco de la traducción, proseguiremos ahondando centrándonos en los textos jurídicos y comerciales y terminaremos este bloque abordando el análisis de corpus y macroestructuras.

### **2.2.1 Clasificación de los textos jurídicos**

Clasificar correctamente un texto es vital para poder analizar adecuadamente su discurso, explorar posibles traducciones y recopilar y analizar un corpus (Prieto, 2019: 29). Si bien es cierto que no existe un consenso dentro del ámbito académico sobre una única clasificación textual (CT), Valderrey Reñones (2004: 345-355) recoge todas las CT que se pueden realizar en el caso concreto de los textos jurídicos y establece que los textos jurídicos se han clasificado a lo largo de los años con respecto a su género, rama del derecho sobre el que trataban, situación comunicativa en la que fueron redactados, lenguaje jurídico que emplean y las características funcionales que posee.

Muchos académicos (Borja, 2007, Berūkštienė, 2016, Melissourgou y Frantzi, 2017) defienden que la mejor manera de clasificar los textos es con respecto a su género. Qué es exactamente un género textual también ha sido objeto de debate a lo largo de décadas y diversos autores se han aventurado en su definición (Swales, 1990: 58, Bhatia 1993: 13, García Izquierdo 2007: 122) y de entre todas esas definiciones nos quedamos con la de García Izquierdo (2007: 122) al hacer referencia al carácter cambiante del género:

El género se concibe como un constructo, una abstracción que representa una interfaz entre el texto y el contexto (tanto de partida como de llegada);

una categoría que, lejos de ser estática, puede cambiar en función de diferentes parámetros culturales y socioprofesionales.

De esta definición podemos extraer que lo que un aspecto esencial sobre el género textual que debemos tener en cuenta son las culturas de salida y de llegada y que éstas son cambiantes y cambian conforme lo hace la sociedad, lo que convierte al género en algo móvil. Esto nos indica que, si seguimos la definición de García Izquierdo sobre el género, una CT en base al género tendría que revisarse a lo largo del tiempo ya que, al estar el género moldeado por la sociedad, si esta cambia también puede cambiar ese concepto de género que hemos utilizado para clasificar un texto. Esta definición complementa a la clásica definición aportada por Bhatia (1993: 13):

*Genre is a recognizable communicative event, characterized by a set of communicative purpose(s) identified and mutually understood by the members of the professional or academic community in which it regularly occurs. Most often it is highly structured and conventionalized with constraints or allowable contributions in terms of their intent, positioning, form and functional value.*

Sin embargo, debemos hacer una distinción entre los conceptos de tipo textual y género textual ya que, en ocasiones, ambos conceptos se usan como sinónimos (Prieto, 2019). Berūkštienė (2016: 92) analiza ambos conceptos y cita a Schäffner (2002: 3) para aludir a que dicha confusión conceptual se debe a que, al intentar clasificar los textos, se emplean diferentes tipologías y enfoques con lo que la conceptualización se vuelve más difusa. Para evitar caer en este error, haremos una breve distinción de ambos conceptos. Berūkštienė (2016: 93) define los tipos textuales como los aspectos gramaticales y léxicos que presenta un texto, es decir, las características lingüísticas de este. Por otra parte, Lee (2001: 38) expone que los géneros textuales atienden a criterios externos del propio texto como pueden ser la intención del texto y el público al que va dirigido, es decir, factores extralingüísticos. Por lo tanto, para diferenciar ambos conceptos tenemos que tener claro que el concepto de tipo textual hace referencia a los factores lingüísticos de un texto mientras que el concepto de género atiende a elementos no lingüísticos, por lo que «*discourse is made of texts falling under different text types which are further classified into genres*» (Berūkštienė 2016: 94).

Asimismo, autores como Gamero (2001) añaden que para clasificar textos en base a su género debemos hacerlo conforme a su función textual, elementos de la situación comunicativa, rasgos convencionales, influencia del contexto sociocultural y elementos intratextuales. Esta es la corriente que siguen autores como Borja (2007) quienes abogan por clasificar los textos con respecto a la función que desempeñan y dividirlos en diferentes géneros.

Sin embargo, tal y como hemos visto con anterioridad en este apartado, la clasificación únicamente por la función que tienen los textos no es la única clasificación que existe. Prieto (2014) propone un sistema multidimensional que combina tanto el concepto de género, como la función que tiene el texto, así como su tipo. Hemos elegido este modelo porque combina varias dimensiones para categorizar al texto, a diferencia de otros modelos como el de Borja (2007) cuyo único enfoque es la CT en géneros con

respecto a la función del texto o el modelo de Alcaraz Varó y Hughes (2002), que consiste en clasificar los textos con respecto a la rama del derecho a la que pertenecen.

Al usar este sistema multidimensional, Prieto Ramos (*ibid*) combina todos los enfoques que se habían desarrollado antes y evita que los ordenamientos jurídicos presentes en los textos lo influenciassen (Prieto, 2019: 34-35). Como resultado, diseñó la siguiente tabla:

1. Main functions	Govern public or private legal relations - Apply legal instruments in specific scenarios - Convey specialized knowledge on sources of law and legal relations
2. Text types	- Legislative (including treaties) - Judicial (including court and litigation documents) - Other public legal instruments or texts of legal implementation (issued by institutional bodies, public servants or registries; subtypes to be identified by legal system*) - Private legal instruments - Legal scholarly writings
3. Genres	Textual realizations of specific legal functions following culture-bound discursive conventions (for example, different kinds of court orders or contracts)

**Tabla 2.** Categorización de textos jurídicos (Prieto, 2014: 265)

Como vemos en la tabla, la CT que propone Prieto (2014) tiene tres niveles, siendo estos de mayor a menor: función principal, tipo de texto y género. Es decir, dentro de una función que desempeñe un texto determinado habrá diferentes tipos de textos que podremos clasificar a su vez en diferentes géneros.

Dentro de esta clasificación que propone Prieto (2014) vemos como la función del contrato de franquicia sería regir una relación privada, concretamente la de franquicia. Asimismo, podemos clasificarlo como un documento que es un instrumento de derecho privado cuyo género es contrato de franquicia.

### **2.2.2 El lenguaje jurídico y comercial**

Tal y como vimos en el apartado 2.1, el Marco jurídico, los contratos de franquicia consisten en una serie de derechos y conocimientos que el franquiciador le cede al franquiciado a cambio de una contraprestación para que este último pueda usarlos para montar un negocio y ganar dinero, y que crea una serie de obligaciones y derechos entre ambos. Una vez revisado este concepto, vemos que podríamos clasificar los contratos de franquicia dentro de los textos jurídico comerciales, ya que este tipo de texto produce

operaciones comerciales y que, en mayor o menor medida crean relaciones jurídicas entre las partes firmantes, en nuestro caso el franquiciado y el franquiciador, entiendo relación jurídica por aquella en que las partes tienen tanto derechos como obligaciones (Socorro Trujillo, 2016: 262).

Al tratarse entonces los contratos de franquicia de textos de carácter jurídico comercial, creemos que es relevante conocer las características del lenguaje especializado que emplean, ya que de otra manera nos sería imposible entender correctamente nuestros textos. Comenzaremos definiendo lo que son los lenguajes de especialidad, que Marimón y Santamaría (2007: 128) definen como:

una variedad o registro funcional dentro del sistema general de la lengua caracterizados por una temática específica, utilizados en situaciones de características pragmáticas precisas, determinados por los interlocutores (principalmente el emisor), el tipo de situación en que se producen y los propósitos o intenciones que se propone la comunicación especializada.

Dentro de los diferentes tipos de lenguaje especializado que podemos encontrar, aquellos que nos atañen son el jurídico y el comercial ya que son los que encontraremos en los contratos de franquicia. Morales Pastor (2004 citado en Gutiérrez Álvarez 2007: 26) distingue afirma que el lenguaje jurídico presenta seis características principales:

i) Pretensión de objetividad y neutralidad, que trae consigo impersonalización y uso de construcciones retóricas y de cultismos. ii) Funcionalidad, como búsqueda de la comunicación eficaz. iii) Precisión y coherencia, con eliminación de los significados connotativos que implican ambigüedad, centrándose en términos denotativos o indicativos. iv) Claridad, que implica la presencia de definiciones, pormenorizaciones y excepciones. v) Normatividad, predominando la función conativa o de mandato, usándose el imperativo presente y el presente de subjuntivo con valor de mandato. vi) Tendencia formalizadora, a través del estilo formulario, las abreviaturas y fórmulas fraseológicas y léxicas.

Podemos encontrar gran cantidad de obras que versan sobre el lenguaje jurídico como son las de Gutiérrez Álvarez (2007), Morales Pastor (2006), Hughes y Alcaraz Varó (2002) o Bizcarrondo (1995) entre muchos otros. Sin embargo, el lenguaje comercial, tal y como remarca Álvarez García (2011: 285), no es un lenguaje de especialidad sobre el que se hayan escrito muchos trabajos, por lo que aún es un lenguaje sobre el que queda mucho por investigar. A pesar de que no haya gran cantidad de obras que traten sobre este lenguaje de especialidad, si encontramos obras como la de Rivas Carmona y Veroz González (2018: 3) que expone sus características:

Objetividad: la equidistancia se hace manifiesta a través del uso de estructuras perifrásticas y formas verbales impersonales.

Claridad: uso de frases simples y párrafos diferenciados.

Carácter explicativo: el mensaje resulta claro para el receptor.

Léxico propio del ámbito comercial: palabras poco habituales en el día a día.



Influencia del inglés: es muy común el uso de extranjerismos frente a otras opciones plenamente válidas.

Al comparar las características del lenguaje jurídico y comercial vemos que algunas coinciden, por el ejemplo su objetividad y uso de oraciones perifrásticas y concisas. Muchas de estas características, si bien no todas, están presentes en los contratos de franquicia. Por ejemplo, podemos ver cómo se manifiesta esa objetividad en el uso de oraciones pasivo reflejas con «se» y podemos ver la influencia del inglés en extranjerismos como *know-how* o *royalty* o *canon*. Asimismo, ver la claridad característica de este tipo de textos es muy sencilla, ya que agrupan su contenido en diferentes apartados y cláusulas que estructuran el texto. Otras características como el carácter explicativo dependerán de cómo esté redactado el contrato, si bien en nuestro caso el que mayor dificultad engloba es el contrato estadounidense por su mayor número de cláusulas y complejidad. Además, también podemos ver el uso del subjuntivo de mandato en las diferentes cláusulas que estableces los términos del contrato de franquicia.

### 2.2.3 El análisis de corpus/macroestructuras

Durante todo este bloque hemos destacado la importancia que tiene analizar los documentos que tenemos entre manos, en nuestro caso dos contratos de franquicia, para poder llevar a cabo nuestra investigación con rigor. Por ende, y tal y como indica el título de nuestro trabajo, debemos conocer la macroestructura de los documentos que analizaremos, así como saber analizar el corpus que hemos recopilado. Si bien es cierto que la macroestructura concreta de los dos contratos de franquicia que analizamos en este trabajo la trataremos más adelante en la página 37, en este apartado vamos a definir los conceptos de corpus y macroestructuras y hacer un breve repaso a las investigaciones que se han llevado a cabo acerca de ellas.

El primer aspecto que debemos tratar es el concepto de corpus. Si bien es cierto durante años diversos autores han definido el concepto de corpus en la literatura, nos quedamos con la definición de Rojo (2016: 1) puesto que es una definición actual y moderna del concepto de corpus. Rojo (*ibid*) define el concepto de corpus como un «conjunto de (fragmentos de) textos naturales, almacenados en formato electrónico, representativos en su conjunto de una variedad lingüística, en alguno de sus componentes o en su totalidad, y reunidos con el propósito de facilitar su estudio científico». Si bien esta definición describe muy bien el concepto de corpus, no compartimos que un corpus tenga que estar necesariamente almacenado en formato electrónico, ya que antes de que la informática estuviera lo suficientemente desarrollada esto no era posible, por lo que facilitamos la definición de Sinclair (1996: 4) que creemos que, junto a la definición que aporta Rojo (2016: 1), es la mejor definición de corpus: «*a collection of pieces of language that are selected and ordered according to explicit linguistic criteria in order to be used as a sample of the language*».

Basándonos en estas definiciones podemos extraer que los corpus son herramientas muy útiles para el traductor porque le va a permitir familiarizarse con estructuras, terminología y convenciones textuales<sup>22</sup> propias de los textos objetos del estudio y por ende le será de

---

<sup>22</sup> Ya que no es el tema de nuestro TFG no ahondaremos en su concepto, pero Comitré (2006: 122) define las convenciones textuales como «un marco que determina ciertas características comunes de los textos:

gran ayuda en el proceso pretraductológico. García Izquierdo (2005: 3) distingue cuatro tipos de corpus dependiendo de qué criterio usemos para clasificarlos:

CRITERIO EMPLEADO	TIPO DE CORPUS
Distribución y porcentaje del tipo de texto	Grande, equilibrado, piramidal, extenso, paralelo, monitor y comparable
Especificidad de los documentos	General, canónico, especializado, diacrónico y cronológico
Cantidad de texto	Textual, léxico y de referencia
Anotación y codificación	Anotado y no anotado
Documentación	No documentado y documentado

**Tabla 3.** Tipos de corpus según García Izquierdo (2005: 3) Elaboración propia

Dentro de todos los tipos que señala García Izquierdo (2005: 3), podemos encuadrar nuestro corpus como un corpus paralelo, especializado, textual, anotado y documentado. Podemos catalogarlo como paralelo puesto que es un corpus bilingüe que vamos a utilizar para establecer una comparación entre ambos contratos. Asimismo, es especializado porque tanto la fraseología como los términos que encontramos en él son propios del derecho, y textual, puesto que nuestro corpus se compone de textos enteros. Por último, lo podemos catalogar como anotado, puesto que lo hemos etiquetado de forma lingüística y documentado, ya que conocemos la procedencia de ambos contratos de franquicia.

Debido a la extensión de este TFG y a que no es el objetivo central sobre la que versa el mismo, no nos extenderemos en lo muchos trabajos de investigación que podemos encontrar sobre el corpus y su análisis. Sin embargo, nos gustaría destacar alguno de ellos, como son el trabajo de Gutiérrez Lanza (2007) quien analiza un corpus inglés-español de textos cinematográficos, el libro de Gallego (2012) que ahonda sobre el manejo de corpus paralelos que se encuentran en Internet y cómo su uso beneficia al traductor de textos económicos o el trabajo de Sánchez Ramos (2017), quien se centra en la metodología que debe seguirse para recopilar un corpus que ayuden al traductor especializado.

A la hora de recopilar nuestro corpus la herramienta que hemos empleado ha sido Google. Gracias a este buscador hemos consultado diferentes páginas web sirviéndonos de palabras clave tales como «contrato de franquicia España», «contrato de franquicia español», «*franchise agreement US*» y «*franchise agreement US sample*» entre otras. También nos pusimos en contacto con diversas empresas para intentar que nos facilitaran su contrato de franquicia previo a la eliminación de sus datos personales, pero tras unas semanas de conversaciones, no pudimos utilizar finalmente dichos documentos porque nos encontramos ante una de las mayores dificultades a la hora de recopilar este corpus. Esta es la dificultad de encontrar textos originales que no fueran modelos, ya que los contratos de franquicia pertenecen al ámbito del derecho privado<sup>23</sup> y, por lo tanto, no son fáciles de encontrar en Internet porque las personas son reticentes a facilitarlos aunque se censuren los datos personales, hecho que constata Soriano Barabino (2005: 200). Soriano

---

cómo se construyen, estructuran y qué características lingüísticas y estilísticas los componen y singularizan frente a otros textos».

<sup>23</sup> El DJRAE lo define de la siguiente manera: parte del derecho que se dedica a las relaciones jurídicas entre privados Enlace: <https://dpej.rae.es/lema/derecho-privado> [Consulta: 15/06/2021].

Barabino (*ibid*) afirma que la única que forma que tiene el traductor, investigador o cualquier tipo de profesional de acceder a documentos del ámbito del derecho privado es que las personas que aparezcan en el documento decidan cedérselo expresamente.

Para nuestro corpus conseguimos seleccionar dos textos, uno correspondiente al contrato de franquicia español, de 6 páginas, y otro al contrato de franquicia estadounidense, de 21 páginas. Nos hubiera gustado contar con un corpus más amplio que tuviera mayor número de textos, sin embargo, debido a la envergadura de nuestro trabajo y a la dificultad para encontrar textos auténticos decidimos escoger solo estos dos, ya que son dos textos completos y auténticos, puesto que no queríamos usar para nuestro trabajo modelos o ejemplos de los cuales abundan en Internet. La fiabilidad de nuestros textos reside en que el texto español lo extrajimos de una página web<sup>24</sup> que pone en contacto a franquiciadores y a posibles franquiciados, mientras que el texto estadounidense lo extrajimos de la web gubernamental de la U.S. Securities and Exchange Commission<sup>25</sup> y su acceso fue sencillo, ya que podían descargarse en formato PDF.

A continuación, otro aspecto que debemos abordar en nuestro análisis es en el concepto de macroestructura, el cual Van Dijk (1980: 5) define como «*higher-level semantic or conceptual structures that organize the 'local' microstructures of discourse, interaction, and their cognitive processing*». De esta definición podemos extraer que la macroestructura es el nivel superior de organización de conceptos que tiene un documento concreto por lo que, analizándolo, tal y como haremos en el bloque Marco empírico en la página 35, podremos comprender los conceptos que contienen los dos contratos de franquicia y asimismo nos permitirá hacer una comparativa de ambos.

Godoy (2020: 41) defiende que el conocer cuál es la macroestructura de un documento nos permite analizarlo de forma coherente y ser conscientes de cómo está estructurado, así como a diferenciarlo de otros documentos. Asimismo, también describe la macroestructura como un «conjunto de capas estructurales» que ayudan al lector a «desarrollar una representación conceptual semántica» que se puede denominar macroestructura (*ibid*). Por lo tanto, Godoy refuerza la idea de que conocer la macroestructura de un documento nos ayuda a asimilar y analizar los distintos conceptos que alberga en su interior, lo que, en el caso concreto del traductor, le ayudará a anticipar problemas y a buscar soluciones en el proceso pretraductológico y ahorrar así tiempo.

Una vez definido el concepto de macroestructura y mostrado la importancia de su análisis en el proceso pretraductológico, remitimos al lector a la página 10 de este TFG, ya que en el apartado de Antecedentes dentro de la Introducción mencionamos numerosos trabajos cuyo tema central es el análisis de la macroestructura de documentos.

### 3. MARCO EMPÍRICO

---

<sup>24</sup> Véase el enlace en: <https://lamacroagencia.com/> [Consulta: 15/06/2021].

<sup>25</sup> Véase el enlace en: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1357204/000119312511172042/dex1030.htm> [Consulta: 15/06/2021].

### 3.1 Metodología

Para lograr realizar nuestro análisis de forma correcta, nos serviremos del modelo de Ruiz Cortés (2020). El modelo empleado por Ruiz Cortés (2020) combina los modelos de Way (2002, 2005) y Gamero Pérez (1998, 2001) para analizar la macroestructura, en su caso, de la solicitud de residencia para familiar de ciudadano de la UE (de España) y el *Application for a registration certificate or residence card as the family member of a European Economic Area (EEA) or Swiss national* (del Reino Unido). Al igual que Ruiz Cortés (2020), empleamos el modelo de Way (2003, 2005) para llevar a cabo el análisis de las macroestructuras de los dos contratos de franquicia que vamos a analizar y para mostrar una tabla comparativa que refleje en qué se asemejan y diferencian dichas macroestructuras, usando como base para dichos procesos el análisis de las diferentes funciones de los distintos elementos de las macroestructuras.

Tras haber recopilado nuestro corpus, hemos identificado los diferentes elementos macroestructurales y los hemos plasmado en tablas independientes como lo hicieron Way (2003, 2005) y Ruiz Cortés (2020) en sus tesis doctorales. Por lo tanto, presentamos una tabla para el contrato de franquicia en España y otra para el contrato de franquicia en los Estados Unidos. Debido a la limitada extensión de nuestro trabajo y a lo extenso que son los contratos que vamos a analizar, no analizamos las macroestructuras de los contratos línea por línea, sino que nos centramos en su contenido semántico tal y como lo hizo Ruiz Cortés (2020). Eso se traduce en que nuestra referencia son los diferentes nombres y títulos que llevan los apartados y en los artículos en los que aparecen dichos apartados.

Asimismo, teniendo como modelo a hizo Ruiz Cortés (2020), utilizamos el modelo de Gamero Pérez, (1998, 2001) para organizar las tablas con respecto a su organización jerárquica. El modelo de Gamero Pérez (1998, 2001) nos ayudará a dividir las macroestructuras en bloques, que Ruíz Cortés (2020: 185) define como «[las] partes de un texto que tienen una determinada función específica en relación con la función general del mismo» y conforman el nivel más alto de la jerarquía, que a su vez se subdividen en secciones, estando estas últimas divididas en unidades. Por último, en ocasiones las unidades también pueden subdividirse en subunidades, por lo que estas últimas conformarían el nivel más bajo de la jerarquía de la macroestructura. Para nuestra división de las macroestructuras de los dos contratos de franquicia hemos tenido en cuenta qué funciones desempeñaban los diferentes artículos y párrafos de nuestros contratos de franquicia, por lo que nuestro criterio de división ha sido las funciones que albergaban ambos contratos. Sin embargo, y debido a la limitada extensión de nuestro trabajo, solo asignaremos secciones, unidades y subunidades a aquellas funciones que coincidan de forma total o parcial, ya que de lo contrario sobrepasaríamos la extensión a la que nos debemos limitar.

Hemos asignado a cada uno de los elementos de la macroestructura una etiqueta con respecto a la función que desempeña cada elemento dentro del contrato. Estas etiquetas pueden componerse de un máximo de cuatro partes. La primera es una letra mayúscula que representa el bloque del elemento, la segunda es un número que representa la sección, la tercera es una letra o letras en minúscula que representa la unidad de elemento

macroestructural y la cuarta es un número precedido por un guion que representa una subunidad que se encuentra dentro de una unidad macroestructural. Por ejemplo:

Bloque F Sección 2 Unidad i subunidad -1= *F2i-1*

Las letras siguiendo un orden alfabético para que el orden de los diferentes elementos macroestructurales sea así más natural y fácil de comprender. En esta misma línea de facilitar la comprensión de la tabla, para que la identificación de los diferentes elementos macroestructurales sea más rápida y visual, utilizaremos etiquetas de colores tal y como lo hizo Ruiz Cortés (2015).

Tras identificar las macroestructuras de ambos contratos, pasamos a plasmarlos en dos tablas independientes, una para cada documento en las que se representan sus distintas funciones, de la misma manera que lo hizo Ruiz Cortés (2020). El objetivo de estas tablas es que podamos ver de forma visual los diferentes elementos macroestructurales de cada uno de los contratos, así como para ver la estructura prototípica de ambos contratos de franquicia para, posteriormente, llevar a cabo una tercera tabla en la que establecemos una comparativa entre ambas macroestructuras. Para que la tabla sea más visual y fácil de comprender hemos plasmado los distintos bloques en **negrita**, en redonda las distintas secciones y, por último, hemos utilizado la *cursiva* para las diferentes unidades y subunidades.

El siguiente paso es realizar el análisis comparativo de las macroestructuras de los contratos de franquicia español y estadounidense es realizar una tabla con sus respectivas macroestructuras y una tabla comparativa de la misma manera que lo hicieron antes Way (2003, 2005), De las Heras Caba (2015) y Ruíz Cortés (2020).

ETIQUETA	MACROESTRUCTURA DEL CONTRATO DE FRANQUICIA DE EE.UU.	APARTADOS Y PÁGINAS
<b>A</b>	Heading	Página 1
<b>A1</b>	Service Delivery Area (SDA)	Página 1
<b>A2</b>	PC	Página 1
<b>B</b>	Parties details	Página 1
<b>B1</b>	Franchisor details	Página 1
<i>B1a</i>	Franchisor name	Página 1
<i>B1b</i>	Franchisor registered office	Página 1
<b>B2</b>	Franchisee details	Página 1
<i>B2a</i>	Franchisee name	Página 1
<i>B2b</i>	Franchisee registered office	Página 1
<b>B3</b>	Parties signature date	
<b>C<sup>26</sup></b>	Contract data schedule	Página 1
<b>C1</b>	Localization of the restaurant	Página 1
<b>C2</b>	Term	Página 1
<b>C3</b>	Initial franchise fee	Página 1
<b>C4</b>	Initial training fee	Página 1

<sup>26</sup> Debido a que el *Contract Schedule* es un resumen de los principales aspectos del contrato, le hemos asignado un bloque propio ya que contiene una función única. Sin embargo, su sección se corresponde con la de otro bloque ya que, al ser un resumen, refleja las secciones que se encuentran en otros bloques.

C5	Marketing start-up fee	Página 1
C6	Continuing franchise fee rate	Página 1
C7	Continuing advertising fee rate	Página 1
C8	Remodel date	Página 1
C9	Refurbishment date	Página 1
C10	Address for notice to franchisee	Página 1
C11	Permitted financing	Página 1
C12	Addenda	Página 1
D	Terms and conditions	Página 2
D1	Parties (contract object)	S. 1 - Página 2
<i>D1a</i>	Restaurant business license	S. 1.0 - Página 2
D2	Grant of the franchise	S. 2 - Página 2
<i>D2a</i>	Franchisor experience	S. 2.0 - Página 2
<i>D2b</i>	Franchisor intellectual proprietary	S. 2.1 - Página 2
<i>D2c</i>	Franchisor know-how	S. 2.2 - Página 2
<i>D2d</i>	Franchisee responsibilities	S. 2.3 - Página 2
<i>D2d-1</i>	Franchisee obligation to operate within the Franchisor terms	S. 2.3 - Página 2
<i>D2d-2</i>	Conditional renewal of franchise	S. 2,4 - Página 3
<i>D2e</i>	Franchisor advisory relationship with the franchisee	S. 2.5 - Página 4
<i>D2f</i>	Franchisee advisory council	S. 2.6 - Página 4
D3	Development of the restaurant	S. 3 - Página 4
-----	Franchisor approval of the restaurant development	S. 3.0 - Página 4
D4	Training	S. 4 - Página 4
<i>D4a</i>	Franchisee training obligation	S. 4.0 - Página 4
<i>D4b</i>	Franchisee responsibility regarding their training costs	S. 4.1 - Página 4
<i>D4c</i>	Training fees	S. 4.2 - Página 5
D5	Fees payments and reporting of sales	S. 5 - Página 5
<i>D5a</i>	Initial franchise fee	S. 5.0 - Página 5
<i>D5b</i>	Marketing start-up fee	S. 5.1 - Página 5
<i>D5c</i>	Continuing franchise fees	S. 5.2 - Página 5
<i>D5d</i>	Continuing advertising fee	S. 5.3 - Página 5

<i>D5e</i>	Additional advertising fee	S. 5.4 - Página 5
<i>D5f</i>	Gross sales	S. 5.5 - Página 5
<i>D5g</i>	Taxes on fees	S. 5.6 - Página 6
<i>D5h</i>	Late fees, interest and costs	S. 5.7 - Página 6
<i>D5i</i>	Sales reporting and Electronic Fund Transfer (“EFT”)	S. 5.8 - Página 6
<b>D6</b>	Advertising	S. 6 - Página 6
<i>D6a</i>	Advertising and sales promotion fund	S. 6.0 - Página 6
<i>D6b</i>	Franchisee right to request an audited statement	S. 6.1 - Página 6
<i>D6c</i>	National or local promotional program(s)	S. 6.2 - Página 6
<i>D6d</i>	Franchisor prior approval to franchisee advertising and promotional material	S. 6.3 - Página 6
<b>D7</b>	Operations	S. 7 - Página 7
-----	Operating in accordance with our Standards	S. 7.0 - Página 7
-----	Obey All Laws	S. 7.1 - Página 8
-----	Right of inspection	S. 7.2 - Página 8
-----	Determination of prices	S. 7.3 - Página 8
-----	Conditions of employment	S. 7.4 - Página 8
-----	Suppliers	S. 7.5 - Página 8
-----	Complaints	S. 7.6 - Página 8
-----	Courtesy	S. 7.7 - Página 8
<b>D8</b>	Repairs maintenance, refurbishment and remodel	S. 8 - Página 8
-----	Repairs and maintenance	S. 8.0 - Página 8
-----	Refurbishment and remodel	S. 8.1 - Página 9
-----	Obligation to maintain, repair and replace	S. 8.2 - Página 9
<b>D9</b>	Proprietary marks	S. 9 - Página 9
-----	Proprietary marks approval	S. 9.0 - Página 9
-----	Proprietary marks use	S. 9.1 y S. 9.2 - Página 9

-----	Proprietary marks rights	S. 9.3 - Página 9
-----	Proprietary marks litigation notice	S. 9.4 - Página 9
-----	Franchisor actions regarding proprietary marks	S. 9.5 - Página 9
<b>D10</b>	<b>Restrictive covenants</b>	<b>S. 10 - Página 10</b>
<i>D10a</i>	Non-competition clause	S. 10.1 - Página 10
<i>D10b</i>	Non-competition after the contract termination	S. 10.2 - Página 10
<i>D10c</i>	Proprietary marks restriction after contract termination	S. 10.3 - Página 10
<i>D10d</i>	Breach of the covenants consequences	S. 10.4 - Página 11
<i>D10e</i>	Confidential information	S. 10.5 - Página 11
<i>D10e-1</i>	Confidential information protection	S. 10.5 - Página 11
<i>D10f</i>	Purposes of the franchisee if legal entity	S. 10.6 - Página 11
<i>D10g</i>	Conduct business related to the franchisor (Dunking' Donuts and/or Baskin-Robins)	Página 11
<i>D10h</i>	Operations regarding real property	Página 11
<i>D10i</i>	Franchisee obligations regarding the franchisor (Dunking Donuts and/or Baskin-Robins)	Página 11
<i>D10j</i>	Affiliate definition	Página 12
<i>D10k</i>	Franchisor <i>System</i> modification rights	S. 10.7 - Página 12
<b>D11</b>	<b>Maintenance and submission of books, records, and reports</b>	<b>S. 11 y S.11.0 - Página 12</b>
<i>D11a</i>	Profit and loss statement and balance sheets	S. 11.1 Página 12
<i>D11b</i>	Franchisor rights over the records	S. 11.2 Página 12
<i>D11c</i>	Records confidentiality	S. 11.3 Página 12
<b>D12</b>	<b>Insurance</b>	<b>S. 12 y S. 12.0 - Página 13</b>
-----	Policies provisions	S. 12.1 Página 13
-----	Franchisor and franchisee waiver of rights over remedies if insured	S. 12.2 Página 13
<b>D13</b>	<b>Transfers</b>	<b>S. 13 - Página 13</b>
-----	Transfer by us	S. 13.0 Página 13



-----	Transfer by you	S. 13.1 Página 13
-----	Transfer fee	S. 13.2 Página 13
-----	Transfer on death	S. 13.3 Página 14
-----	Right of first refusal	S. 13.4 Página 14
<b>D14</b>	Default and remedies	S. 14 - Página 14
<i>D14a</i>	Contract default situations	Página 14, 15
<i>D14a-1</i>	Obligations breach	Página 14
<i>D14a-2</i>	Bankruptcy	Página 14
<i>D14a-3</i>	Convicted or plead guilty	Página 14
<i>D14a-4</i>	Fraud	Página 14
<i>D14a-5</i>	Unauthorized purposed used	Página 14
<i>D14b</i>	Default cure	Página 15
<i>D14b-1</i>	Thirty-day cure period	Página 15
<i>D14b-2</i>	Seven-day cure period	Página 15
<i>D14b-3</i>	Twenty-four hour cure period	Página 15
<i>D14b-4</i>	Cure on demand	Página 15
<i>D14b-5</i>	No cure period	Página 15
<i>D14b-6</i>	Statutory cure period	Página 15
<i>D14c</i>	Additional remedies	Página 15
<i>D14c-1</i>	Close and suspend operation or removal or destruction of products	Página 15
<i>D14c-2</i>	Entrance to the restaurant	Página 15
<i>D14c-3</i>	Franchisee participation disapproval	Página 16
<i>D14c-4</i>	Franchisee costs payment	Página 16
<i>D14c-5</i>	Remedies for a breach of the Standards	Página 16
<i>D14d</i>	Termination and expiration consequences	Página 16
<i>D14d-1</i>	Franchisee obligations if contract termination or expiration	Página 16
<i>D14d-2</i>	Money owed payment	Página 16
<i>D14d-3</i>	Operation ceasing	Página 16
<i>D14d-4</i>	Proprietary marks, trade secrets, confidential information and manuals use ceasing	Página 16
<i>D14d-5</i>	Franchisor material returning	Página 16
<i>D14d-6</i>	Equipment selling	Página 17
<i>D14d-7</i>	Franchisee leasehold interest	Página 17
<i>D14d-8</i>	Propriety marks removal	Página 17
<i>D14d-9</i>	Claims	Página 17
<i>D14e</i>	Indemnification	Página 17
<b>D15</b>	Dispute resolution	S. 15 - Página 17
-----	Waiver of rights	S. 15.0 - Página 17
-----	Arbitration	S. 15.1 - Página 18

-----	Scope of arbitration	S. 15.2 - Página 18
-----	Appeals	S. 15.3 - Página 18
<b>D16</b>	Miscellaneous	S. 16 - Página 18
<i>D16a</i>	Control and ownership of the premises	S. 16.0 - Página 18
<i>D16b</i>	Binding powers	S. 16.1 - Página 18
<i>D16c</i>	Waivers	S. 16.2 - Página 18, 19
<i>D16d</i>	Cumulative rights and remedies	S. 16.3 - Página 19
<i>D16e</i>	Including definition	S. 16.4 - Página 19
<i>D16f</i>	Notices	S. 16.5 - Página 19
<i>D16g</i>	Contract jurisdiction	S. 16.6 - Página 19
<i>D16h</i>	Franchisee success in the business	S. 16.7 - Página 19
<i>D16i</i>	Franchisee contract reception	S. 16.7 - Página 20
<b>E</b>	Parties signature	Página 20
E1	Franchisor signature	Página 20
E2	Franchisee waiver to bring actions against franchisor	Página 20
E3	Witness signature	Página 20
E4	Franchisee signature	Página 20
<b>F</b>	Personal guarantee	Página 21
-----	Franchisee interest in Franchisee's entity	Página 21
-----	Franchisee clauses acceptance	Página 21
-----	Witness signature	Página 21
-----	Franchisee signature	Página 21
-----	PC	Página 21
-----	Signatures place	Página 21
<b>G</b>	Certification of agreement	Página 22
-----	Franchisee FDD reception	Página 22
-----	Influential information for the agreement	Página 22
-----	Consequences to the non-signature of the agreement	Página 22
-----	Franchisee truthful information clause	Página 22
-----	Franchisee and witness signature (certification of agreement)	Página 22
-----	Witness signature	Página 22
-----	Franchisee signature	Página 22

**Tabla 4.** Macroestructura del contrato de franquicia de los Estados Unidos

Tras clasificar los elementos macroestructurales de sendos documentos, pasamos a comparar sus elementos macroestructurales en una tabla, tal y como lo hizo Ruiz Cortés (2020), quien tuvo como referencia a De las Heras (2015) y Way (2003, 2005). Esta tabla constará de los mismos elementos que las tablas que hemos utilizado para clasificar los elementos macroestructurales, con la única diferencia de que, en vez de indicar la página, ya que puede encontrarse ya en las tablas de cada contrato de franquicia, usamos una columna en la que señalamos mediante la calificación de total, parcial o nula, tal y como lo hizo Way (2003, 2005) el grado de coincidencia que tienen los elementos macroestructurales de ambos contratos de franquicia.

ETIQUETAS	MACROESTRUCTURA DEL CONTRATO DE FRANQUICIA DE ESPAÑA	APARTADOS Y PÁGINAS
<b>A<sup>27</sup></b>	Encabezado	Página 1
<b>B</b>	Datos de las partes contrayentes	Página 1
<b>B1</b>	Datos del franquiciador	Página 1
<i>B1a</i>	Nombre del franquiciador	Página 1
<i>B1b</i>	CIF	Página 1
<i>B1c</i>	Domicilio social	Página 1
<b>B2</b>	Datos del franquiciado	Página 1
<i>B2a</i>	Nombre del franquiciado	Página 1
<i>B2b</i>	DNI O CIF	Página 1
<i>B2c</i>	Domicilio/ domicilio fiscal	Página 1
<b>C</b>	Capacidad legal de las partes para otorgar el contrato	Página 1
<b>C1</b>	Capacidad legal de las partes	Página 1
<b>C2</b>	Tipo de contrato	Página 1
<b>D</b>	Concesión de la franquicia	Página 1
<b>D1</b>	Objeto social	Página 1
<b>D2</b>	<i>Know-how</i> del franquiciador	Página 1
<b>D3</b>	Experiencia del franquiciador	Página 1
<b>D4</b>	Prestigio del franquiciador	Página 1, 2
<b>D5</b>	Ámbito de la marca registrada	Página 2
<b>D6</b>	Disponibilidad del franquiciado con respecto al franquiciador	Página 2
<b>E</b>	Pactos	Página 2
<b>E1</b>	Objeto del contrato	A. Primero - Página 2
<i>E1a</i>	Regular relaciones franquiciador-franquiciado	2
<i>E1b</i>	Compraventa de la máquina	2
<i>E1c</i>	Formación del franquiciado	2
<b>E2</b>	Pagos del franquiciado	A. Segundo - Página 2, 3
<i>E2a</i>	Coste de la máquina (Fotomatón Modelo Sonríe)	Página 2
<i>E2b</i>	Canon	Página 2, 3
<i>E2c</i>	Modo de pago	Página 2
<i>E2d</i>	Compra de máquinas extra	Página 2

<sup>27</sup> Si bien es cierto que en nuestro documento en concreto no encontramos encabezado alguno, hemos decidido incluirlo en la tabla, puesto que si se elevara a documento público aparecería el encabezado del notario. Aparecerá como coincidencia nula en la tabla al no encontrarse en nuestro contrato de franquicia.

<i>E2e</i>	Plazos de entrega	Página 3
<i>E2f</i>	Cuota <i>royalty</i>	A. Tercero - Página 3
<i>E2g</i>	Aplicación del <i>royalty</i>	Página 3
<i>E2h</i>	Deber de registro de contabilidad del franquiciado	Página 3
<i>E2h-1</i>	Contenido de la contabilidad	Página 3
<i>E2h-2</i>	Entrega y formato (Excel) de la contabilidad	Página 3
<i>E2h-3</i>	Obligación de aportar contabilidad	Página 3
<b>E3</b>	Formación continuada	A. Cuarto - Página 3
<i>E3a</i>	Obligación de formación por parte del franquiciador	Página 3, 4
<i>E3b</i>	Número de formaciones	Página 3
<i>E3c</i>	Obligación del formación del franquiciado	Página 4
<b>E4</b>	Derechos de imagen, marketing y publicidad	A. Quinto - Página 4
<i>E4a</i>	Responsabilidad del franquiciado con respecto a los derechos de imagen, marketing y publicidad	Página 4
<i>E4b</i>	Propiedad de la actividad publicitaria o de marketing	Página 4
<i>E4c</i>	Autorización del franquiciador para actividades publicidad o marketing del franquiciado	Página 4
<i>E4c-1</i>	Derecho de supervisión, revocación y rescisión del franquiciado	Página 4
<b>E5</b>	Vigencia del contrato	A. Sexto - Página 4
<i>E5a</i>	Duración del contrato	Página 4
<b>E6</b>	Cláusula adicional	A. Séptimo - Página 4
<i>E6a</i>	No prorrogación del contrato	Página 4,5
<b>E7</b>	Cláusula de confidencialidad	A. Octavo - Página 5
<i>E7a</i>	Obligación de confidencialidad por parte del franquiciado	Página 5
<b>E8</b>	Motivos de rescisión	A. Noveno - Página 5
<i>E8a</i>	Incumplimiento de los pactos Segundo y Tercero	Página 5
<i>E8b</i>	Incumplimiento de la formación continuada por el franquiciado	Página 5
<b>E9</b>	Sometimiento al fuero jurisdicción del contrato (a la Villa de Barcelona)	A. Décimo - Página 5
<i>E9a</i>	Renuncia del fuero del contrato del franquiciado	Página 5
<i>E9b</i>	Aceptación del franquiciado de la jurisdicción (de la Villa de Barcelona) sobre el contrato de franquicia	Página 5
<i>E9c</i>	Jurisdicción del contrato de franquicia	Página 5,6
<b>F</b>	Recomendaciones legales	Página 6
<b>F1</b>	Derecho del franquiciado de examinar el contrato de franquicia con un abogado	Página 6
<b>G</b>	Firmas de las partes	Página 6
<b>G1</b>	Lugar de la firma	Página 6
<b>G2</b>	Fecha de la firma	Página 6

G3	Firma del franquiciador	Página 6
G4	Firma del franquiciado	Página 6

**Tabla 5.** Macroestructura del contrato de franquicia de España

ETIQUETA ESP	CONTRATO DE FRANQUICIA	ETIQUETA EE.UU.	FRANCHISE AGREEMENT	COINCIDENCIA
<b>A</b>	Heading	<b>A</b>	Encabezado	NULA
A	Service Delivery Area (SDA)	-----	-----	NULA
A2	PC	-----	-----	NULA
<b>B</b>	Parties details	<b>B</b>	Datos de las partes contrayentes	TOTAL
B1	Franchisor details	B1	Datos del franquiciador	TOTAL
<i>B1a</i>	Franchisor name	<i>B1a</i>	Nombre del franquiciador	TOTAL
<i>B1b</i>	Franchisor registered office	<i>B1c</i>	Domicilio fiscal de franquiciador	TOTAL
-----	-----	<i>B1b</i>	CIF	NULA
B2	Franchisee details	B2	Datos del franquiciado	TOTAL
<i>B2a</i>	Franchisee name	<i>B2a</i>	Nombre del franquiciado	TOTAL
<i>B2b</i>	Franchisee registered office	<i>B2c</i>	DNI o domicilio fiscal del franquiciado	PARCIAL
-----	-----	<i>B2b</i>	CIF	NULA
B3	Parties signature date	G2	Fecha de la firma	TOTAL
<b>C</b>	Contract data schedule	-----	-----	NULA
C1	Localization of the restaurant	-----	-----	NULA
C2	Term	<i>E5a</i>	Duración del contrato	TOTAL
C3	Initial franchise fee	-----	-----	NULA
C4	Initial training fee	-----	-----	NULA
C5	Marketing start-up fee	-----	-----	NULA
C6	Continuing franchise fee rate	-----	-----	NULA

C7	Continuing advertising Fee rate	-----	-----	NULA
C8	Remodel date	-----	-----	NULA
C9	Refurbishment date	-----	-----	NULA
C10	Address for notice to franchisee	-----	-----	NULA
C11	Permitted financing	-----	-----	NULA
C12	Addenda	-----	-----	NULA
-----	-----	<b>C</b>	Capacidad legal de las partes para otorgar el contrato	NULA
-----	-----	C1	Capacidad legal de las partes	NULA
-----	-----	C2	Tipo de contrato	NULA
<b>D</b>	Terms and conditions	<b>E</b>	Pactos	TOTAL
D1	Parties (contract object)	E1	Objeto del contrato	NULA
<i>D1b</i>	Restaurant business license	<i>E1b</i>	Compraventa de la máquina	PARCIAL
-----	-----	<i>E1a</i>	Regular relaciones franquiciador-franquiciado	NULA
-----	-----	<i>E1c</i>	Formación del franquiciado	NULA
<b>D2</b>	Grant of the franchise	<b>D</b>	Concesión de la franquicia	TOTAL
-----	-----	D1	Objeto social	NULA
<i>D2a</i>	Franchisor experience	D3	Experiencia del franquiciador	TOTAL
-----	-----	D4	Prestigio del franquiciador	NULA
<i>D2b</i>	Franchisor intellectual proprietary	-----	-----	NULA
-----	-----	D5	Ámbito de la marca registrada	NULA
<i>D2c</i>	Franchisor know-how	D2	<i>Know-how</i> del franquiciador	TOTAL
<i>D2d</i>	Franchisee responsibilities	-----	-----	NULA
<i>D2d-1</i>	Franchisee obligation to	-----	-----	NULA

	operate within the franchisor terms			
<i>D2d-2</i>	Conditional renewal of franchise	-----	-----	NULA
<i>D2e</i>	Franchisor advisory relationship with the franchisee	D6	Disponibilidad del franquiciado con respecto al franquiciador	PARCIAL
<i>D2f</i>	Franchisee advisory council	-----	-----	NULA
D3	Development of the restaurant	-----	-----	NULA
D4	Training	E3	Formación continuada	TOTAL
<i>D4a</i>	Franchisee training obligation	<i>E3c</i>	Obligación del formación del franquiciado	TOTAL
-----	-----	<i>E3a</i>	Obligación de formación por parte del franquiciador	NULA
-----	-----	<i>E3b</i>	Número de formaciones	NULA
<i>D4b</i>	Franchisee responsibility regarding their training costs	-----	-----	NULA
<i>D4c</i>	Training fees	-----	-----	NULA
D5	Fees payments and reporting of sales	E2	Pagos del franquiciado	PARCIAL
<i>D5a</i>	Initial franchise fee	<i>E2b</i>	Canon	TOTAL
-----	-----	<i>E2c</i>	Modo de pago	NULA
-----	-----	<i>E2a</i>	Coste de la máquina (Fotomatón Modelo Sonríe)	NULA
-----	-----	<i>E2d</i>	Compra de máquinas extra	
-----	-----	<i>E2e</i>	Plazos de entrega	NULA
<i>D5b</i>	Marketing start-up fee	-----	-----	NULA
<i>D5c</i>	Continuing franchise fees	<i>E2f</i>	Cuota royalty	TOTAL
-----	-----	<i>E2g</i>	Aplicación del <i>royalty</i>	NULA

<i>D5d</i>	Continuing advertising fee	-----	-----	NULA
<i>D5e</i>	Additional advertising fee	-----	-----	NULA
<i>D5f</i>	Gross sales	-----	-----	NULA
<i>D5g</i>	Taxes on fees	-----	-----	NULA
<i>D5h</i>	Late fees, interest and costs	-----	-----	NULA
<i>D5i</i>	Sales reporting and Electronic Fund Transfer (“EFT”)	-----	-----	NULA
D6	Advertising	E4	Derechos de imagen, marketing y publicidad	PARCIAL
-----	-----	<i>E4a</i>	Responsabilidad del franquiciado con respecto a los derechos de imagen, marketing y publicidad	NULA
-----	-----	<i>E4b</i>	Propiedad de la actividad publicitaria o de marketing	NULA
<i>D6a</i>	Advertising and sales promotion fund	-----	-----	NULA
<i>D6b</i>	Franchisee right to request an audited statement	-----	-----	NULA
<i>D6c</i>	National or local promotional program(s)	-----	-----	NULA
<i>D6d</i>	Franchisor prior approval to franchisee advertising and promotional material	<i>E4c</i>	Autorización del franquiciador para actividades publicidad o marketing del franquiciado	TOTAL
-----	-----	<i>E4c-1</i>	Derecho de supervisión, revocación y rescisión del franquiciado	NULA
-----	-----	E5	Vigencia del contrato	NULA



-----	-----	<b>E6</b>	Cláusula adicional	NULA
-----	-----	<i>E6a</i>	Supuestos de no prorrogación del contrato	NULA
<b>D7</b>	Operations	-----	-----	NULA
<b>D8</b>	Repairs maintenance, refurbishment and remodel	-----	-----	NULA
<b>D9</b>	Proprietary marks	-----	-----	NULA
<b>D10</b>	Restrictive covenants	-----	-----	NULA
<i>D10a</i>	Non-competition clause	-----	-----	NULA
<i>D10b</i>	Non-competition after the contract termination	-----	-----	NULA
<i>D10c</i>	Proprietary marks restriction after the contract termination	-----	-----	NULA
<i>D10d</i>	Breach of the covenants consequences	-----	-----	NULA
<i>D10e</i>	Confidential information	<b>E7</b>	Cláusula de confidencialidad	TOTAL
<i>D10e-1</i>	Confidential information protection	<i>E7a</i>	Obligación de confidencialidad por parte del franquiciado	PARCIAL
<i>D10f</i>	Purposes of the franchisee if legal entity	-----	-----	NULA
<i>D10g</i>	Conduct business related to the franchisor (Dunking' Donuts and/or Baskin-Robins)	-----	-----	NULA
<i>D10h</i>	Operations regarding real property	-----	-----	NULA
<i>D10i</i>	Franchisee obligations regarding the franchisor (Dunking Donuts)	-----	-----	TOTAL

	and/or Baskin-Robins)			
<i>D10j</i>	Affiliate definition	-----	-----	TOTAL
<i>D10k</i>	Franchisor <i>System</i> modification rights	-----	-----	NULA
D11	Maintenance and submission of books, records, and reports	<i>E2h</i>	Deber de registro de la contabilidad del franquiciado	TOTAL
<i>D11a</i>	Profit and loss statement and balance sheets	<i>E2h-1</i>	Contenido de la contabilidad	TOTAL
<i>D11b</i>	Franchisor rights over the records	<i>E2h-3</i>	Obligación de aportar contabilidad	TOTAL
-----	-----	<i>E2h-2</i>	Entrega y formato (Excel) de la contabilidad	NULA
<i>D11c</i>	Records confidentiality	-----	-----	NULA
D12	Insurance	-----	-----	NULA
D13	Transfers	-----	-----	NULA
D14	Default and remedies	-----	-----	NULA
<i>D14a</i>	Contract default situations	-----	-----	NULA
<i>D14a-1</i>	Obligations breach	-----	-----	NULA
<i>D14a-2</i>	Bankruptcy	-----	-----	NULA
<i>D14a-3</i>	Convicted or plead guilty	-----	-----	NULA
<i>D14a-4</i>	Fraud	-----	-----	NULA
<i>D14a-5</i>	Unauthorized purposed used	-----	-----	NULA
<i>D14b</i>	Default cure	-----	-----	NULA
<i>D14b-1</i>	Thirty-day cure period	-----	-----	NULA
<i>D14b-2</i>	Seven-day cure period	-----	-----	NULA
<i>D14b-3</i>	Twenty-four hour cure period	-----	-----	NULA
<i>D14b-4</i>	Cure on demand	-----	-----	NULA
<i>D14b-5</i>	No cure period	-----	-----	NULA
<i>D14b-6</i>	Statutory cure period	-----	-----	NULA

<i>D14c</i>	Additional remedies	-----	-----	NULA
<i>D14c-1</i>	Close and suspend operation or removal or destruction of products	-----	-----	NULA
<i>D14c-2</i>	Entrance to the restaurant	-----	-----	NULA
<i>D14c-3</i>	Franchisee participation disapproval	-----	-----	NULA
<i>D14c-4</i>	Franchise costs payment	-----	-----	NULA
<i>D14c-5</i>	Remedies for a breach of the Standards	-----	-----	NULA
<i>D14d</i>	Termination and expiration	<b>E8</b>	Rescisión de contrato	PARCIAL
<i>D14d-1</i>	Franchisee obligations if contract termination or expiration	-----	-----	NULA
<i>D14d-2</i>	Money owed payment	-----	-----	NULA
<i>D14d-3</i>	Operation ceasing	-----	-----	NULA
<i>D14d-4</i>	Propriety marks, trade secrets, confidential information and manuals use ceasing	-----	-----	NULA
<i>D14d-5</i>	Franchisor material returning	-----	-----	NULA
<i>D14d-6</i>	Equipment selling	-----	-----	NULA
<i>D14d-7</i>	Franchisee leasehold interest	-----	-----	NULA
<i>D14d-8</i>	Propriety marks removal	-----	-----	NULA
<i>D14d-9</i>	Claims	-----	-----	NULA
-----	-----	<i>E8a</i>	Incumplimiento de los pactos Segundo y Tercero	NULA

-----	-----	<i>E8b</i>	Caso omiso de la formación continuada	NULA
-----	-----		Faltas graves	NULA
<i>D14e</i>	Indemnification	-----	-----	NULA
<b>D15</b>	Dispute resolution	-----	-----	NULA
<b>D16</b>	Miscellaneous	-----	-----	NULA
<i>D16a</i>	Control and ownership of the premises	-----	-----	NULA
<i>D16b</i>	Binding powers	-----	-----	NULA
<i>D16c</i>	Waivers	-----	-----	NULA
<i>D16d</i>	Cumulative rights and remedies	-----	-----	NULA
<i>D16e</i>	Including definition	-----	-----	NULA
<i>D16f</i>	Notices	-----	-----	NULA
<i>D16g</i>	Contract jurisdiction	<i>E9c</i>	Jurisdicción del contrato de franquicia	TOTAL
<i>D16h</i>	Franchisee success in the business	-----	-----	NULA
<i>D16i</i>	Franchisee contract reception	-----	-----	NULA
-----	-----	<b>F</b>	Recomendaciones legales	NULA
-----	-----	<b>F1</b>	Derecho del franquiciado de examinar el contrato de franquicia con un abogado	NULA
<b>E</b>	Parties signature	<b>G</b>	Firmas de las partes	TOTAL
-----	-----	<b>G1</b>	Lugar de la firma	NULA
<b>E1</b>	Franchisor signature	<b>G3</b>	Firma del franquiciador	TOTAL
<b>E2</b>	Franchisee waiver to bring actions against franchisor	-----	-----	NULA
<b>E3</b>	Witness signature	-----	-----	NULA
<b>E4</b>	Franchisee signature	<b>G4</b>	Firma del franquiciado	TOTAL

<b>F</b>	Personal guarantee	-----	-----	NULA
<b>G</b>	Certification of agreement	-----	-----	NULA

**Tabla 6.** Tabla comparativa de ambas macroestructuras

### 3.2 Resultados

Lo primero que nos llama la atención tras elaborar las tablas con las macroestructuras de ambos contratos de franquicia, así como la tabla comparativa, es la extensión tan diferente que tienen ambos contratos de franquicia. Mientras que el contrato de franquicia de España tiene 6 páginas, el contrato de franquicia de los Estados Unidos tiene 22 páginas<sup>28</sup>, por lo que cuenta con 16 páginas más. Esta gran diferencia en el número de páginas se ve reflejada en el número de elementos macroestructurales que presentan ambos contratos de franquicia. Sin embargo, esta diferencia en el número de elementos macroestructurales no se aprecia en el número de bloques de ambos contratos, ya que tanto el contrato de franquicia de España (A, B, C, D, E, F y G) como el de los Estados Unidos (A, B, C, D, E, F y G) cuentan con 7 bloques.

Asimismo, la diferencia en cuanto a número de elementos macroestructurales de ambos contratos también está presente en el número de secciones de ambos documentos. Mientras que el contrato de franquicia de España presenta 24 secciones (B1, B2, C1, C2, D1, D2, D3, D4, D5, D6, E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, F1, G1, G2, G3 y G4), el contrato de franquicia de los Estados Unidos presenta 37 secciones (A1, A2, B1, B2, C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C8, C9, C10, C11, C12, D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13, D14, D15, D16, E1, E2, E3 y E4), lo que ya empieza a agrandar la diferencia de elementos entre ambos.

Por último, donde es más notable la diferencia de extensión de ambos contratos de franquicia es en el número de unidades y subunidades. Por una parte, el contrato de franquicia de España cuenta con 31 unidades (*B1a, B1b, B1c, B2a, B2b, B2c, E1a, E1b, E1c, E2a, E2b, E2c, E2d, E2e, E2f, E2g, E2h, E3a, E3b, E3c, E4a, E4b, E4c, E5a, E6a, E7a, E8a, E8b, E9a, E9b y E9c*) y 4 subunidades (*E2h-1, E2h-2, E2h-3 y E4c-1*), mientras que por otra parte, el contrato de franquicia de los Estados Unidos tiene un número mucho más amplio de unidades al contar con 55 unidades (*B1a, B1b, B2a, B2b, D1a, D2a, D2b, D2c, D2d, D2f, D2g, D4a, D4b, D4c, D5a, D5b, D5c, D5d, D5e, D5f, D5g, D5h, D5i, D6a, D6b, D6c, D6d, D10a, D10b, D10c, D10d, D10e, D10f, D10g, D10h, D10i, D10j, D10k, D14a, D14b, D14c, D14d, D14e, D16a, D16b, D16c, D16d, D16e, D16f, D16g, D16h y D16i*) y un número mucho mayor también de subunidades, puesto que cuenta con 31 (*D2e-1, D2e-2, D10e-1, D14a-1, D14a-2, D14a-3, D14a-4, D14a-5, D14b-1, D14b-2, D14b-3, D14b-4, D14b-5, D14b-6, D14c-1, D14c-2, D14c-3, D14c-4, D14c-5, D14d-1, D14d-2, D14d-3, D14d-4, D14d-5, D14d-6, D14d-7, D14d-8 y D14d-9*). Asimismo, esta

<sup>28</sup> Hemos incluido en el recuento del número de páginas del contrato de franquicia de los Estados Unidos el *Certification of agreement* porque consideramos que, aunque no forme parte intrínsecamente del contrato de franquicia, guarda relación con su propósito legal y por ende debe estar en nuestro recuento (U.S. Department of Homeland Security, 2019: 7).

diferencia de 7 secciones, 16 unidades y 27 subunidades es mucho mayor de la que hemos podido reflejar en estos resultados debido a la extensión de nuestro TFG que, como expusimos en la página 36 dentro del bloque Marco empírico, no nos ha permitido analizar con totalidad el contrato de franquicia estadounidense. Podemos comprobar en el número de elementos macroestructurales del contrato de franquicia estadounidense que no hemos podido etiquetar por cuestiones de extensión que, de poder haberlo hecho, el número de unidades y subunidades del contrato estadounidense la diferencia de funciones entre ambos contratos sería aún mayor español.

Nosotros, desde nuestro humilde punto de vista, achacamos el hecho de que la diferencia de funciones y elementos macroestructurales sea tan grande a dos razones principales.

La primera de ellas es la diferencia de tamaño y complejidad de ambas empresas, puesto que la empresa que expide el contrato de franquicia español (Carritos de comida S.L.U.) es una empresa que opera solo a nivel nacional y principalmente a nivel local, mientras que la empresa que expide el contrato de franquicia estadounidense (Baskin-Robbins Franchising LLC) es una empresa multinacional que tiene franquicias por todo el mundo, como por ejemplo Dunking Donuts en España. Esta diferencia de complejidad hace que, en nuestra opinión, Baskin-Robbins Franchising LLC redacte un mayor número de cláusulas y funciones para proteger toda la infraestructura que rodea a su sistema de franquicia, mientras que Carritos de comida S.L.U., al no contar con una infraestructura tan compleja, no necesite incluir tantas cláusulas ni funciones en su contrato de franquicia.

El segundo motivo es el local en el que se va a desarrollar la actividad de franquicia en ambos contratos. La actividad de franquicia que desarrolla Carritos de comida S.L.U. no tiene un local establecido, puesto que la franquicia gira entorno alrededor de una máquina fotomatón, mientras que la actividad de franquicia que desarrolla Baskin-Robbins Franchising LLC se basa en ofrecer un servicio de restauración, por lo que es necesario contar con un local para abrir el restaurante de la franquicia. Debido a esto, funciones como las que albergan las secciones D3 y D8 del contrato de franquicia de los Estados Unidos no se encuentren en el contrato de franquicia de España, ampliando así la diferencia entre elementos macroestructurales.

Otro aspecto que nos gustaría resaltar es el parecido que presentan ambas macroestructuras. En la tabla comparativa de macroestructuras vemos como entre ambos documentos hay 25 coincidencias totales y 4 coincidencias parciales.

ETIQUETA	CONTRATO DE FRANQUICIA EE.UU	ETIQUETA	CONTRATO DE FRANQUICIA ESP	COINCIDENCIA
<b>B</b>	Parties details	<b>B</b>	Datos de las partes contrayentes	TOTAL
B1	Franchisor details	B1	Datos del franquiciador	TOTAL
<i>B1a</i>	Franchisor name	<i>B1a</i>	Nombre del franquiciador	TOTAL
<i>B1b</i>	Franchisor registered office	<i>B1b</i>	Domicilio fiscal de franquiciador	TOTAL
B2	Franchisee details	B2	Datos del franquiciado	TOTAL
<i>B2a</i>	Franchisee name	<i>B2a</i>	Nombre del franquiciado	TOTAL
<i>B2b</i>	Franchisee registered office	<i>B2b</i>	DNI o domicilio fiscal del franquiciado	PARCIAL
B3	Parties signature date	G2	Fecha de la firma	TOTAL
<b>D</b>	Terms and conditions	<b>E</b>	Pactos	TOTAL
<i>D1b</i>	Restaurant business license	<i>E1b</i>	Compraventa de la máquina	PARCIAL
D2	Grant of the franchise	<b>D</b>	Concesión de la franquicia	TOTAL
<i>D2a</i>	Franchisor experience	D3	Experiencia del franquiciador	TOTAL
<i>D2c</i>	Franchisor know-how	D2	<i>Know-how</i> del franquiciador	TOTAL
<i>D2e</i>	Franchisor advisory relationship with the franchisee	D6	Disponibilidad del franquiciado con respecto al franquiciador	PARCIAL
D4	Training	E3	Formación continuada	TOTAL
<i>D4a</i>	Franchisee training obligation	<i>E3c</i>	Obligación del formación del franquiciado	TOTAL
D5	Fees Payments and Reporting of sales	E2	Pagos del franquiciado	PARCIAL

<i>D5a</i>	Initial Franchise Fee	<i>E2b</i>	Canon	TOTAL
<i>D5c</i>	Continuing Franchise Fees	<i>E2f</i>	Cuota royalty	TOTAL
<b>D6</b>	Advertising	<b>E4</b>	Derechos de imagen, marketing y publicidad	PARCIAL
<i>D6d</i>	Franchisor prior approval to franchisee advertising and promotional material	<i>E4c</i>	Autorización del franquiciador para actividades publicidad o marketing del franquiciado	TOTAL
<i>D10e</i>	Confidential information	<b>E7</b>	Cláusula de confidencialidad	TOTAL
<i>D10e-1</i>	Confidential information protection	<i>E7a</i>	Obligación de confidencialidad por parte del franquiciado	PARCIAL
<b>D11</b>	Maintenance and submission of books, records, and reports	<i>E2h</i>	Deber de registro de la contabilidad del franquiciado	TOTAL
<i>D11a</i>	Profit and loss statement and balance sheets	<i>E2h-1</i>	Contenido de la contabilidad	TOTAL
<i>D11b</i>	Franchisor rights over the records	<i>E2h-3</i>	Obligación de aportar contabilidad	TOTAL
<i>D14d</i>	Termination and Expiration	<b>E8</b>	Rescisión de contrato	PARCIAL
<i>D16g</i>	Contract jurisdiction	<i>E9c</i>	Jurisdicción del contrato de franquicia	TOTAL
<b>E</b>	Parties signature	<b>G</b>	Firmas de las partes	TOTAL
E1	Franchisor signature	G3	Firma del franquiciador	TOTAL
E4	Franchisee signature	G4	Firma del franquiciado	TOTAL

**Tabla 7.** Coincidencias totales y parciales de ambas macroestructuras (Elaboración propia)

En las coincidencias totales comprobamos como ambos contratos de franquicia contienen una serie de elementos centrales, entendiendo por elementos centrales aquellos elementos



que organizan la información contenida en el contrato que coinciden en gran medida. Ambos contratos presentan un bloque en la que se presenta toda la información relativa al *Grant of the franchise/Concesión de la franquicia* (D2, D2a, D2c, D2e<sup>29</sup>; D, D3, D2 y D6), otro bloque que alberga todas las cláusulas contenidas en el contrato, es decir, *Terms and conditions/Pactos* (D; E) y un bloque final que contiene las *Parties signatures/Firmas* de las partes del franquiciador y del franquiciado (E, E1, E4; G, G3 y G4). Resulta también interesante cómo el contrato de franquicia presenta 3 bloques que conforman la estructura prototípica del contrato de franquicia de los Estados Unidos que no están presentes en el contrato de franquicia de España. El primero de ellos es el *Contract Schedule* (C), que se encuentra al principio de la macroestructura del contrato de franquicia estadounidense y resume los aspectos principales del contrato. El segundo y el tercero se sitúan justo al final del documento y son el *Personal guarantee* (F) y el *Certification agreement* (G).

Además, no solo encontramos en las tablas comparativas que ambos documentos estructuran la información de la misma manera, sino que también presentan un gran número de secciones, unidades y subunidades similares, lo que nos indica que las funciones que albergan ambos documentos son muy similares. Tanto el contrato de franquicia de España como el contrato de franquicia de los Estados Unidos contienen el nombre y domicilio social del franquiciador (B1a, B1b; B1a, B1c) y del franquiciado (B2a, B2b; B2a, B2c).

Asimismo, coinciden de forma parcial en el objeto de la franquicia (D1b, E1b). La coincidencia resulta parcial debido a que en el contrato de franquicia estadounidense se le otorga la licencia para abrir un restaurante Baskin-Robbins Franchising LLC mientras que, en el contrato de franquicia español, al no haber un restaurante sino un fotomatón, es la compraventa de la máquina la que actúa como objeto de la franquicia. Podemos extraer entonces que en la estructura prototípica de ambos contratos de franquicia debe encontrarse un apartado en el que se le conceda expresamente la franquicia al franquiciado. Asimismo, ambas macroestructuras presentan una función relativa a la experiencia del franquiciador (D2a; D3) que, como analizamos en la página 22 de Marco jurídico, viene contemplada en el artículo 3 del RD y del subapartado C de la FR.

Una función que nos ha llamado la atención ha sido la relación del franquiciador con el franquiciado (D2e; D6). Mientras que el contrato de franquicia estadounidense lo enfoca como una relación en la que el franquiciador se pone a disposición del franquiciado para ofrecerle todo tipo de asesoramiento que necesite a la hora de llevar la franquicia, el contrato de franquicia español lo enfoca de forma diferente. En él, se explicita que es el franquiciado que debe estar a disposición del franquiciador para que la comunicación fluya y estén coordinados. De aquí podemos extraer que la relación franquiciador-franquiciado de la macroestructura del contrato de franquicia estadounidense está más orientada a favor del franquiciado, mientras que la del contrato de franquicia español está más orientada a favor del franquiciador.

---

<sup>29</sup> Con el objetivo de que la lectura de los resultados sea más fluida, las etiquetas de los elementos macroestructurales del contrato de franquicia estadounidense irán a la izquierda del «;» mientras que los elementos del contrato español irán a la derecha.

Asimismo, otra función que ha llamado nuestro interés es la coincidencia total con respecto a la formación del franquiciado (D4, D4a; E3, E3c). No es sorprendente que aparezca dicha función reflejada en el contrato estadounidense de franquicia, ya que en la página 27 de nuestro Marco jurídico ya analizamos que en el artículo 436 de la FR, en lo que Gandhi (2014: 8) cataloga como los ítems 9-12, se expresa la obligación por parte del franquiciador a plasmar por escrito en el contrato de franquicia la formación del franquiciado. Lo que es más sorprendente es que esta función también aparezca reflejada en el contrato español, puesto que ni el RD ni la legislación europea hace alusión alguna a que sea un concepto obligatorio. En nuestra opinión, esto se debe a que el contrato de franquicia tiene su origen en los Estados Unidos y luego se exportó al resto del mundo como ya analizamos en la página 7 dentro de nuestra Introducción, por lo que encontramos natural que la influencia de los contratos estadounidenses haya provocado que se exporte también al contrato en el apartado de la formación del franquiciado.

Ambos contratos de franquicia contemplan el hecho de que el franquiciador le ceda al franquiciado su *know-how* que, tal y como vimos en la página 16 del apartado Marco jurídico, tiene su reflejo en el artículo 2 a) del RD y, tal como analizamos en la página 27 de Marco jurídico, en el artículo 436.4 de la FR. Asimismo, vemos que ambos contratos contienen la experiencia que tiene el franquiciador en el sector de la franquicia a la hora de conceder la misma (D2a; D3). Esta función (D2a; D3) es el reflejo del artículo 2 del RD que, tal y como expusimos en la página 21 del Marco jurídico, sostiene que el franquiciador debe tener experiencia en el negocio de las franquicias para que su actividad sea considerada de franquicia. Asimismo, esa misma sección encuentra su reflejo en el contrato estadounidense en el artículo 436.4 de la FR, tal y como vimos en la página 27 del Marco jurídico.

Otro aspecto en el que coinciden ambos documentos es en el incluir el concepto de *royalty* (D5c; E2f). Sin embargo, es interesante ver cómo el contrato de franquicia de España utiliza el término inglés *royalty* y, sin embargo, el contrato de franquicia estadounidense emplea el término *Continuing Franchise Fees* a pesar de poder haber usado el término *royalty* que es el más usado en los contratos de franquicia estadounidense, ya que este es el término que aparece en la legislación estadounidense (FR, 2011: 15465). Podemos intuir que el contrato de franquicia estadounidense opta por no usar la terminología habitual para dejar más claro al lector a qué se hace referencia con esa función, puesto que el término *Continuing Franchise Fees* es más transparente que *royalty*, si bien es cierto que este término es cada vez más conocido por el público lego, puesto que *Continuing Franchise Fees* es un término mucho más descriptivo que *royalty*.

También nos parece interesante comentar la coincidencia parcial que hemos obtenido con respecto a la función *Advertising/Derechos de imagen, marketing y publicidad* (D6; E4). A pesar de que, como hemos expuesto en la página 54, el contrato de franquicia estadounidense es más complejo y tiene más funciones que el contrato español, resulta interesante comprobar cómo el español desglosa con más profundidad esta función y la divide en 3 aspectos. Asimismo, el contrato español también desglosa con mayor profundidad en las secciones E4a y E4b, todo lo relativo a la propiedad de la publicidad o marketing y a la responsabilidad que tiene el franquiciado con respecto a los derechos de imagen, marketing y publicidad. A pesar de esta coincidencia parcial, sí encontramos una coincidencia total en estas funciones. Ambos contratos de franquicia exponen que el

franquiciador debe dar su consentimiento previo y explícito al franquiciado para que este último pueda usar material publicitario o llevar a cabo actividades de publicidad o marketing. Esta autorización, tal y como expusimos en la página 27 del Marco teórico, encuentra su reflejo en la FR en su artículo 436, es decir, en los ítems 9-12 de Gandhi (2014: 8). Sin embargo, como analizamos en esa misma página, este concepto no se contempla en el RD por lo que, al igual que en el caso de la función *Franchisee training obligation*/Obligación de formación del franquiciado (*D6d; E4c*), encontramos una función en el contrato español que no viene establecida por ley. Una vez más, la explicación más plausible de este suceso es la influencia que tiene Estados Unidos y sus contratos de franquicia en el resto de contratos de franquicia de otros países debido a que el concepto de franquicia tuvo su origen en los Estados Unidos.

Además, nos parece interesante cómo tratan el concepto de la confidencialidad ambos contratos con sus funciones *Confidential information protection*/Obligación de confidencialidad por parte del franquiciado (*D10e-1; D7a*). Lo hemos considerado como coincidencia parcial puesto que en el contrato de franquicia de los Estados Unidos esa función se centra en describir cómo debe proteger el franquiciado toda la información confidencial que le facilita el franquiciador y lleva implícito que el franquiciado debe protegerla. Sin embargo, el contrato de franquicia de España explicita el hecho de que el franquiciado debe proteger la información confidencial del franquiciador y no detalla formas de protegerlo. El siguiente aspecto que nos ha parecido muy interesante de los resultados ha sido la coincidencia total que hemos obtenido en las funciones *Maintenance and submission of books, records, and reports*/Deber de registro de la contabilidad del franquiciado (*D11; E2h*), *Profit and loss statement and balance sheets*/Contenido de la contabilidad (*D11a; E2h-1*) y *Franchisor rights over records*/Obligación de aportar contabilidad (*D11b/E2h-3*). Resulta interesante como ambos contratos exponen las mismas funciones con una coincidencia total, más aún cuando, como hemos analizado en este mismo apartado, el contrato de franquicia estadounidense es mucho más amplio y tiene muchas más funciones que el contrato de franquicia de España. Ambos contratos solo presentan dos diferencias con respecto a dichas funciones. La primera es que el contrato de franquicia de los Estados Unidos contiene una función de *Records confidentiality* (*D11c*) que no está presente en el contrato de franquicia de España en el que se explicita que el franquiciador mantendrá los datos de forma confidencial. La segunda diferencia está presente en el contrato de franquicia de España, pero no en el contrato de franquicia de los Estados Unidos, y es que se explicita el formato en el que deben enviarse dicha contabilidad en la función Entrega y formato (Excel) de la contabilidad (*E2h-2*). Resulta interesante una vez más cómo el contrato de franquicia de España, a pesar de no ser tan complejo en líneas generales como el estadounidense, recoge en su macroestructura funciones muy complejas y concretas que no aparecen en el estadounidense.

Otro aspecto que nos parece relevante para comentar es la coincidencia parcial en la función *Termination and Expiration*/Rescisión de contrato (*D14d; E8*). En el contrato de franquicia estadounidense vemos como esta función no solo contempla en qué casos se rescindiría el contrato, sino también qué ocurre con el *know-how* y toda la propiedad intelectual una vez finalizado el contrato. Por otra parte, la función Rescisión de contrato del contrato de franquicia estadounidense solo contempla la rescisión de contrato y no detalla qué ocurre con toda la propiedad intelectual y todo el conocimiento que le

franquiciador le ha transmitido al franquiciado con motivo del contrato de franquicia. En nuestra opinión, esta diferencia entre ambos contratos de franquicia se debe una vez más a diferencia de complejidad entre ambas empresas. Al ser Baskin-Robbins Franchising LLC una empresa con una complejidad y tamaño mucho mayor a la de Carritos de Comida S.LU., tiene un *know-how* y una propiedad intelectual mucho más extensa. Asimismo, al ser una empresa internacional, ya que está integrada dentro de Dunkin Donuts, tiene una competencia mucho mayor que Carritos de Comida S.L.U. y por lo tanto debe proteger más celosamente aún todo su *know-how* y propiedad intelectual.

Asimismo, nos gustaría resaltar algunas coincidencias nulas que nos han resultado interesantes. En primer lugar, nos gustaría analizar cómo la función *Insurance* (D12) no está presente en el contrato de franquicia español. Como su nombre indica, esta función hace referencia al seguro que tiene que tener que contratar el franquiciado para proteger al restaurante frente a posibles daños. Sin embargo, esta función no está presente en el contrato de franquicia de España a pesar de que el objeto de la franquicia es un fotomatón, es decir, un objeto que también podría sufrir daños o averiarse. Por lo tanto, resulta llamativo que el contrato de franquicia de España no contenga una función que exponga que la máquina debe estar asegurada, puesto que en el caso de sufrir daños esto repercutiría negativamente en los beneficios del franquiciador y del franquiciado. Nos resulta interesante también cómo la función *Default and remedies* (D14) tampoco se encuentra presente en el contrato de franquicia de España. Esta función no solo contiene unidades y subunidades que exponen situaciones de en el que el contrato quedaría en *default* (D14a, D14a-1, D14a-2, D14a-3, D14a-4, D14a-5), sino que también incluye el periodo de tiempo máximo que tiene el franquiciado para subsanar dichas situaciones (D14b, D14b-1, D14b-1, D14b-2, D14b-3, D14b-4, D14b-5, D14b-6), así como una serie de contraprestaciones adicionales (D14c, D14c-1, D14c-2, D14c-3, D14c-4, D14c-5). Si tenemos en cuenta que la posibilidad de que se produzca un impago por parte del franquiciado o de que este no cumpla con algunas de las cláusulas establecidas en el contrato es completamente plausible, resulta llamativo que el contrato de franquicia de España no contemple dichas situaciones y las contraprestaciones que serían necesarias, aunque no sean tan detalladas y numerosas como en el contrato de franquicia de los Estados Unidos. Por lo tanto, resulta muy extraño que dicha función no esté presente en el contrato de franquicia de España y, en nuestra opinión, puede deberse a que al ser Carritos de Comida S.L.U. una empresa con un tamaño tan reducido, nunca se han visto envueltos en una situación en la que el franquiciado no abone sus pagos o no cumpla con algunas de las cláusulas del contrato y debido a esto no se han visto en la necesidad de incorporar dicha función a sus contratos de franquicia.

Asimismo, una función que nos resulta llamativa que no se encuentre en el contrato de franquicia español es la función *Dispute resolution* (D15). En el contrato estadounidense esta función establece que a la hora de resolver conflictos entre el franquiciador y el franquiciado ambos pueden elegir entre un arbitraje o acudir a los tribunales ordinarios. Si tenemos en cuenta que en España también tenemos la opción de incluir dicha posibilidad en los contratos resulta interesante cómo el contrato de franquicia de España no hace uso de ella. En nuestra opinión, esto se debe a que incluir una cláusula de arbitraje en el contrato de franquicia de España no haría más que aumentar la complejidad del contrato que, como hemos estado analizando dentro de todo este apartado de Resultados, se mantiene con una macroestructura mucho más simple que el estadounidense.

Por último, nos gustaría resaltar el hecho de que el contrato de franquicia de España incluya una función de Recomendaciones legales (F) que contenga una sección que recuerde el Derecho del franquiciado de examinar el contrato de franquicia con un abogado (F1). Resulta interesante ver cómo el contrato de franquicia de España incluye una función que le recuerda al franquiciado que puede revisar el contrato con un abogado, función que no encontramos en el contrato de franquicia de los Estados Unidos. El motivo de la ausencia de dicha función, en nuestra opinión, se debe a que al ser contrato de franquicia de los Estados Unidos de una complejidad tan grande y contener un número tan alto de funciones, se presupone que el franquiciado lo analizará con un abogado para que éste lo asesore correctamente para que pueda entender la totalidad del contrato. Sin embargo, al ser el contrato de franquicia de España tan corto y aparentemente sencillo, puede llevar al franquiciado a confiarse y a firmar un contrato que no entendía en su totalidad. Esto causaría problemas no solo para el franquiciado sino también para el franquiciador, ya que se encontrarían en una relación comercial con un franquiciado que no entiende las obligaciones contractuales a las que está sujeto por el contrato de franquicia.

#### **4. CONCLUSIONES**

Tal y como expusimos en nuestra Introducción, la importancia de la franquicia en España es algo más que evidente. Ya en la página 7, mostramos cómo la franquicia nació en los Estados Unidos y de ahí se exportó al resto del mundo, empezando a adquirir gran relevancia en España en la década de los 80 (Bordonaba *et al.*, 2009: 64). Desde entonces, la importancia de la franquicia en nuestro país no ha hecho más que aumentar, puesto que en la actualidad genera más de 26 000 millones de euros en nuestro país, así como más de 294 000 empleos (Asociación Española de Franquiciadores, 2020). De hecho, Estados Unidos sigue jugando un papel relevante en el sistema de franquicias español, puesto que Estados Unidos es el segundo país extranjero que más enseñanzas aporta a las 1381 enseñanzas totales que realizan la actividad de franquicia en nuestro país (*ibid*). Este hecho hace que, como traductores, tengamos que estar preparados para poder traducir contratos de franquicias provenientes de ambos países, ya que el crecimiento exponencial de la franquicia en España hará que cada vez sean más habituales.

Así pues, en nuestro apartado Objetivos, en la página 7, sentamos como objetivo de este TFG ayudar al traductor en el proceso pretraductológico de este tipo de contratos para que estuviera familiarizado de antemano con su estructura y convenciones textuales. Para lograr este objetivo, primero hemos contextualizado los documentos dentro de un marco jurídico, ya que, tal y como expusimos en nuestro apartado Marco jurídico, debemos conocer toda la legislación que concierne a ambos documentos para que el traductor este familiarizado con los aspectos legales que dan forma a los documentos sujetos a la traducción. Con el objetivo de analizar de la forma más fehaciente posible, nos servimos del derecho comparado, para hacer un análisis comparativo de la legislación que encuadra cada contrato de franquicia, tal y como hicieron autores como Way (2003, 2005), De las Heras Caba (2015) o Ruíz Cortés (2020).

En este análisis de derecho comparado, comprobamos que el contrato de franquicia de España se encuadra en dos niveles legislativos que son el nivel europeo y luego el nivel

nacional. Dentro del nivel europeo expusimos cómo el Reglamento (CEE) nº. 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 daba forma y definía conceptos esenciales de la franquicia como la propia definición de franquicia. A pesar de estar actualmente derogado, dichas definiciones y conceptos no aparecen en las legislaciones posteriores que regulan la franquicia y se daban por sentados, incluso en la legislación que regula la franquicia hoy en día en Europa, es decir, el Reglamento (UE) No 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010, que engloba a la franquicia dentro de los llamados acuerdos verticales. Posteriormente, en el apartado 2.2 El contrato de franquicia en el derecho de España, comprobamos cómo dicha legislación se encuentra recogida en el RD 201/2010, que desglosa en profundidad todos los aspectos claves relativos a la franquicia en España y que desarrolla el concepto de franquicia que apareció por primera vez en la legislación española en la de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de OCM. Asimismo, analizamos cómo la legislación española y europea guardan grandes similitudes con la legislación federal estadounidense que regula la franquicia, es decir, con la FR. En las similitudes que presentan ambas legislaciones, entre las que destacan cómo coincide el concepto de franquicia y cómo coinciden conceptos que deben aparecer en el contrato de franquicia, como el canon o la formación del franquiciado. Por último, y con respecto a este apartado, analizamos cómo en concreto el Estado de Massachusetts en concreto no tiene una legislación de franquicia que complemente a la FR, pero que otros estados sí cuentan con ella.

A continuación, tras analizar el marco jurídico de nuestros contratos de franquicia, nos centramos en analizar su marco textual, puesto que al tratarse de contratos de carácter jurídico comercial tenemos que estar familiarizados con el tipo de texto que es, así como con sus convenciones textuales. Tras realizar una distinción de género textual y tipo textual, utilizando a Prieto (2014), logramos enmarcar el contrato de franquicia como un contrato cuya función es regir una relación privada (la de franquicia) y que podemos clasificar como un instrumento privado cuyo género es el contrato de franquicia. Una vez clasificamos nuestro contrato de franquicia, pasamos a analizar las convenciones textuales propias de este tipo de texto y analizamos las características del lenguaje jurídico comercial que emplean.

Con el marco jurídico y textual del contrato de franquicia analizado, nos adentramos en el análisis macroestructural. En primer lugar, definimos el concepto de corpus gracias a autores como Sinclair (1996: 4) o Rojo (2016: 1), pasamos a recopilarlo mediante Google, y logramos recopilar dos textos, que al pertenecer ambos a empresas reales, podemos deducir que son textos fiables. Tras ello, pasamos a clasificar nuestro corpus utilizando el criterio que empleó García Izquierdo (2005: 3), y llegamos a la conclusión de que podíamos clasificarlo como un corpus paralelo, especializado, textual, anotado y documentado. Por último, realizamos el análisis macroestructural de ambos documentos.

En el análisis macroestructural, constatamos que el contrato de franquicia de los Estados Unidos es inmensamente más largo que de España, puesto que su extensión es más de tres veces superior, y es mucho más detallado y exhaustivo, ya que cuenta con un número mucho mayor de secciones, unidades y subunidades. Tal y como indicamos en nuestro bloque de Resultados, en nuestra opinión esto se debe a diversos factores. El primero de ellos es la diferencia de complejidad y extensión de las empresas que expiden ambos

contratos, ya que Baskin-Robbins Franchising LLC es mucho más extensa y compleja que Carritos de Comida S.L.U., puesto que es una empresa multinacional que tiene una infraestructura empresarial más compleja. El segundo motivo es la diferencia en cuanto al objeto del contrato de franquicia. Mientras que en el contrato de franquicia de los Estados Unidos la concesión de la franquicia gira en torno a la apertura de un restaurante, en el contrato de franquicia de España gira en torno a la concesión de un fotomatón como franquicia. Debido a este hecho, el contrato de franquicia de los Estados Unidos contiene secciones relativas al local en sí mismo que el contrato de franquicia de España obviamente no contiene. Asimismo, comprobamos cómo ambos contratos de franquicia estructuran los elementos de una forma muy similar y contienen un gran número de bloques, secciones y unidades coincidentes. En nuestra opinión, esto se debe a que, como indicamos en la página 7 de nuestra Introducción, la franquicia tuvo su origen en los Estados Unidos y las primeras legislaciones de franquicia se desarrollaron en el país americano y de ahí se exportó al resto del mundo. Debido a su origen estadounidense, tal y como comprobamos en el apartado Marco jurídico, la legislación europea y española guardan grandes semejanzas con la estadounidense. Estas semejanzas en la legislación generan que ambos contratos de franquicia tengan un contenido muy similar que es lo que hemos podido constatar en este TFG. Sin embargo, somos conscientes de que la envergadura de nuestro TFG hace que no sea posible establecer una regla general, puesto que el número de franquicias y sectores a los que se dedican, tal y como analizamos en la página 6 de nuestra Introducción, es muy amplio.

Por este motivo, nos hubiera gustado recopilar un mayor número de textos para nuestro corpus para poder comprobar cómo diferentes empresas de diferentes ámbitos y sectores establecen sus contratos de franquicia y así realizar un análisis macroestructural más detallado que nos permitiera establecer una regla general para las macroestructuras de los contratos de franquicia en España y en los Estados Unidos. Además, nos hubiera gustado completar el análisis macroestructural con un análisis microestructural para realizar un trabajo más completo. Sin embargo, debido a la envergadura de nuestro TFG, no nos ha sido posible llevarlo a cabo.

## **5. BIBLIOGRAFÍA**

### **5.1 Obras**

Acuyo Verdejo, M.C. (2004). *La traducción de documentos del derecho de marcas: aspectos jurídicos, profesionales y textuales*. Granada: Editorial Universidad de Granada.

Alcaráz Varó, E y Hughes, B. (2002). *El español jurídico*. Barcelona: Ariel.

Allouchi, O. (2020). Estudio macroestructural comparativo de dos sentencias de divorcio en España y Marruecos. *Tonos digital: Revista de estudios filológicos (II)* 39, 1-39.

Álvarez García, C. (2010). Estudio del lenguaje de especialidad económico: el lenguaje comercio internacional. *Entreculturas: revista de traducción y comunicación intercultural*, 3, 279-290.

Asociación Española de Franquiciadores. (2020). *La franquicia en España*. Recuperado de: <<http://www.franquiciadores.com/wp-content/uploads/2020/03/Informe-de-la-AEF-La-Franquicia-en-Espa%C3%B1a-2020.pdf>>. [Consulta: 15/06/2021].

Barceló Martínez, M.T, Delgado Pugés, I. (2014). Certificados de nacimiento francófonos: aspectos de su superestructura y traducción al español. Análisis a partir de un corpus textual. *Sendeban: Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación* 25, 39-58.

Berūkštienė, D. (2016). Legal Discourse Reconsidered: Genres of Legal Texts. *Comparative Legilinguistics*, 28, 89-117.

Bhatia, V.K. (1993). *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. Londres: Longman.

Biel, Łucja. Researching Legal Translation: A Multi-perspective and Mixed-method Framework for Legal Translation. *Revista de Llengua i Dret, Journal of Language and Law* 68, 76-88.

Bizcarrondo, G. (1995). El lenguaje jurídico. Razón pragmática y razón filológica. *Estudios De Deusto* 43 (1), 59-79.

Bordonaba Juste, V, Lucía Palacios, L y Polo Redondo, Y. (2009). Evolución del sistema de franquicia en España: un estudio en los sectores moda y hostelería. *Distribución y Consumo*, 64-76.

Borja Albi, A. (2007). Los géneros jurídicos. En E. Alcaraz Varó, J. Mateo Martínez, y F. Yus Ramos (eds.), *Las lenguas profesionales y académicas* (141-154). Barcelona: Ariel.

Borja Albi, A. (2015). *La traducción de los contratos internacionales desde la perspectiva del derecho comparado y la traductología*. Granada: Comares.

Campos Martín, N.M. (2013). *La traducción jurídica: los contratos. Estudio traductológico y terminológico comparado (francés/español)*. Granada: Comares.

Cayron, S. (2017). *Manual de traducción jurada de documentos notariales en material de sucesiones entre los sistemas jurídicos francés y español*. Granada: Comares.

Cómitre Narváez, I. (2006): Las convenciones estilísticas culturales en campañas publicitarias de promoción turística: el caso de “España marca” (Turespaña)” en Féliz Fernández, L. y Mata Pastor, C. (eds): *Traducción y cultura*. Málaga, Encasa, 121-150.

Cravo, A.M y Neves J. (2007). Action Research in Translation Studies. *The Journal of Specialised Translation*, 7, 92-107.

Cuesta Valiño, P. (2004). La franquicia, una fórmula comercial con éxito en pleno crecimiento. *Distribución y Consumo* 5-13.

De las Heras Caba, M. (2015). *La traducción en la adopción internacional. Propuesta de análisis pretraductológico de un expediente de adopción internacional tramitado entre España y la India: la certificación registral de dominio española* (Tesis doctoral).



Universidad de Granada, Granada. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/40869> [Consulta 15/06/2021]

Díez Uli, L.M, Navarro García, A y Velicia Martín, F. (2017). El sistema de franquicia español. Un análisis de eficiencia. *Marketing insights: la respuesta del comercio a las tendencias del comportamiento social del consumidor*, 195-222.

Díez, E. C., Navarro, A., y Rondán, F. J. (2005). *El sistema de franquicia. Fundamentos teóricos y prácticos*. Madrid: Pirámide.

Dullion, V. (2017). Between Specialised Texts and Institutional Contexts-Competence and Choice in Legal Translation. *Translation and Translanguaging in Multilingual Contexts* 3 (1), 1-4.

Engberg, J. (2013). Comparative Law for Translation: The Key to Successful Mediation between Legal Systems. *Legal Translation in Context*, 9–25.

Engberg, J. (2020). Comparative Law for Legal Translation: Through Multiple Perspectives to Multidimensional Knowledge. *Int J Semiot Law* 33, 263–282.

Gamero Pérez, S. (1998, 2001). *La traducción de textos técnicos*. Barcelona: Ariel.

García Izquierdo, I. (2005). Corpus electrónico, género textual y traducción: metodología, concepto y ámbito de la Enciclopedia electrónico para traductores GENTT. *Meta*, 50(4), 1-15.

Garrido Rodríguez, I. (2015). Macroestructura de los estatutos de sociedades alemanas y españolas. Influencias legislativas y análisis contrastivo. *Interacciones: reflexiones en torno a la Traducción e Interpretación*, 515-540.

Ghandi, H.V (2014). Franchising in the United States. *Law and Business Review of the Americas*, vol. 20, 8-24.

Godoy Tena, F. (2017). *Análisis macroestructural comparado de un corpus digital bilingüe (inglés-español) de 100 sentencias judiciales británicas y españolas de primera instancia y de instancia apelativa*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, Madrid. Recuperado de: [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/680252/godoy\\_tena\\_francisco.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/680252/godoy_tena_francisco.pdf?sequence=1) [Consulta 15/06/21]

Gutiérrez Álvarez, JM. (2007). *El lenguaje jurídico: estudio y propuesta didáctica*. Universidad de Barcelona y Freie Univesität Berlin: Barcelona.

Gutiérrez Lanza, C. (2007). Traducción inglés-español y censura de textos cinematográficos: definición, construcción y análisis del Corpus 0/Catálogo TRACECI. (eds.): Merino Álvarez R. *Traducción y censura en España. Estudios sobre corpus TRACE: cine, narrativa, teatro*.

Gurnick, D, Vieux, S. (1999). Case History of the American Business Franchise. *Oklahoma City University Law Review*, 24, 37-63.

International Franchise Association, U.S Commercial Service. (2018) *Franchising industry. A Reference for U.S Exporters*. Recuperado de:

[https://www.franchising.com/articles/uscs\\_report\\_franchising\\_industry\\_a\\_reference\\_for\\_us\\_exporters.html](https://www.franchising.com/articles/uscs_report_franchising_industry_a_reference_for_us_exporters.html) [Consulta 15/06/2021].

Jimena Quesada, L. (2006). El Impacto del Derecho Europeo en la legislación española. Breve balance de veinte años de Integración europea. *Cuadernos de Integración Europea*, 4, 122-146.

Lázaro Sánchez, E.J (2000). El contrato de franquicia. Aspectos básicos. *Anales de Derecho*, 18, 91-116.

Lee, David. 2001. Genres, Registers, Text Types, Domains, and Styles: Clarifying the Concepts and Navigating a Path through the BNC Jungle. *Language Learning and Technology*, 5 (3), 37-72

Lafontaine, F. y Blair, R.D. (2009). The Evolution of Franchising and Franchise Contracts: Evidence from the United States. *Entrepreneurial Business Law Journal*, vol 3, 381-434.

Macoretta, A.C. (2017). *Estudio y comparación macroestructural de 120 certificaciones literales de nacimiento expedidas en Reino Unido y España*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

Marimón Llorca, C, Santamaría Pérez I. (2007). Los géneros y lenguas de especialidad (II): El contexto científico-técnico, en Alcaraz Varó E., Mateo Martínez J. y Yus Ramos F. (eds.). *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona, Ariel, 127-140.

Martínez Motos, R. (2003). La asimetría entre el sistema jurídico inglés y español en la traducción de términos del derecho testamentario. Búsqueda de equivalentes. *Interlingüística* 14, 729-741.

Mayoral Asensio, Roberto (2005). ¿Cuánto derecho debe saber el traductor jurídico? *La traducción y la interpretación en las relaciones jurídicas internacionales*. Castellón: Universitat Jaume I, 107-112.

Morales Pastor, J. L. (2004). La enseñanza del español jurídico. En Sánchez Lobato, J. y Santos Gargallo, I. (eds.) *Vademécum para la formación de profesores. Enseñar español como segunda lengua (l2) / lengua extranjera (LE)*, Madrid: SGEL

Melissourgou, M.N. & Frantzi, K.T. (2017). Genre Identification based on SFL Principles: The Representation of Text Types and Genres in English Language Teaching Material. *Corpus Pragmatics*, 1 (4), 373–392.

Orts, M.A. (2017). El género textual en dos culturas jurídicas: análisis pretraductológico de las decisiones judiciales en inglés y en español. *Revista de llengua i dret* 6, 220-236.

Prieto Ramos, F. (2011). Developing Legal Translation Competence: An Integrative Process Oriented Approach. *Comparative Legilinguistics - International Journal for Legal Communication*, 2011, vol. 5, 7-21.

Prieto Ramos, F. (2014). Legal Translation Studies as Interdiscipline: Scope and Evolution. *Meta*, 59(2), 260-277.

- Prieto Ramos, F. (2019). Implications of text categorization for corpus-based legal translation research: The case of international institutional settings. *Research Methods in Legal Translation and Interpreting: Crossing Methodological Boundaries*, 29-47.
- Rivas Carmona, M. y Veroz González, M. (2018) (eds.). *Agroalimentación: lenguajes de especialidad y traducción*. Comares, Granada.
- Rojo, G. (2016). Los corpus textuales del español. *Enciclopedia lingüística hispánica*. Oxford: Routledge, 285-296.
- Ruiz Cortés, E. (2020). *La investigación-acción en traducción e inmigración: la utilidad del estudio pretraductológico para el análisis crítico de la libre circulación en España y en el Reino Unido (un estudio de caso)* (Tesis doctoral). Universidad de Granada, Granada. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/63319> [Consulta 15/06/2021].
- Schäffner, C. (2002) *The Role of Discourse Analysis for Translation and in Translator Training*. Clevedon: Short Run Press Ltd.
- Sinclair, J. (1996). *Preliminary recommendations on corpus typology*. EAGLES Document EAG-TCWG-CTYP/P. May 1996. Recuperado de: <http://www.ilc.cnr.it/EAGLES96/corpusyp/corpusyp.html> [Consulta: 15/06/2021].
- Socorro Trujillo, M. K. (2016). La enseñanza de la traducción comercial (inglés-español): una propuesta formativa. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*, (8), 257-278.
- Soriano Barabino, G. (2016). *Comparative Law for Legal Translators*. Oxford: Peter Lang.
- Swales, J. (1990). *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Toledo Báez, M.C. (2016). La macroestructura de los contratos de compraventa inmobiliarios en Inglaterra/ Gales y en España: estudio contrastivo previo a una traducción jurídica. *La traducción especializada: vertientes y modalidades*, 341-362.
- U.S. Department of Homeland Security. *Freedom of Information Act Request Guide*. Recuperado de: [https://www.uscis.gov/sites/default/files/document/guides/USCIS\\_FOIA\\_Request\\_Guide.pdf](https://www.uscis.gov/sites/default/files/document/guides/USCIS_FOIA_Request_Guide.pdf) [Consulta: 15/06/2021].
- Valderrey Reñones, C. (2004). *Análisis descriptivo de la traducción jurídica (francés-español. Aportes para una mayor sistematización de su enseñanza*. Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Vázquez y del Árbol, E. (2014). Macroestructura comparada (Estados Unidos, Gran Bretaña y España) de los documentos notariales de representación civil y penal en formato digital. *Quaderns* 21, 241-257.
- Vettas, N (2010). Developments in vertical agreements. *The Antitrust Bulletin*, vol. 55, 4, 834-844.

Way, C. (2003-2005). *La traducción como acción social: el caso de los documentos académicos (español-inglés)* (Tesis doctoral). Universidad de Granada, Granada. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/4591> [Consulta: 15/06/2021].

## 5.2 Legislación

Real Decreto 201/ 2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al registro de franquiciadores. Boletín Oficial del Estado. Recuperado de: <https://boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-4175> [Consulta: 15/06/2021].

Reglamento (CEE) nº 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. Recuperado de: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/f1228382-2fad-4ff0-9335-4d4cc2c31157/language-es> [Consulta 15/06/2021].

Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas. Recuperado de: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8ac93b80-cbc1-4981-b690-536df5b92971/language-es> [Consulta 15/06/2021].

*Franchise Rule*. Federal Trade Commission. Recuperado de: <https://www.ecfr.gov/cgi-bin/retrieveECFR?gp=&SID=f81dd2c9fdc73d3d0b1294e791640695&mc=true&n=pt16.1.436&r=PART&ty=HTML> > [Consulta 15/06/2021].

Ley 15/2007, de de julio, de Defensa de la Competencia. Boletín Oficial del Estado. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-12946> [Consulta 15/06/2021].

Directrices relativas a las restricciones verticales (2010/C 130/01). Comisión Europea. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:130:0001:0046:ES:PDF> > [Consulta 15/06/2021].

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Boletín Oficial del Estado. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1072> [Consulta 15/06/2021].

# ANEXOS

# **ANEXO I**

## **Contrato de franquicia de España**

De una parte, **CARRITOS DE COMIDA S.L.U.**, provisto con C.I.F. B-67163196, el **FRANQUICIADOR-VENDEDOR**, con domicilio social sito en la calle Josep Royo 12, bajos, código postal 08930, de la villa de Sant Adrián del Besos, Barcelona, España.

Y por la otra, \_\_\_\_\_, provisto con D.N.I. \_\_\_\_\_, con domicilio en la Calle \_\_\_\_\_, número \_\_\_\_, Código Postal \_\_\_\_\_, ciudad \_\_\_\_\_, España; en adelante el **FRANQUICIADO – COMPRADOR**.

#### **MANIFIESTAN :**

Que ambas partes ostentan y se reconocen capacidad legal suficiente, para otorgar el presente **CONTRATO DE FRANQUICIA, DE \_\_\_\_\_ FOTOMATÓN DEL MODELO SONRÍE** (papel libre y software con licencia libre) **FORMACIÓN SEIS MESES DURACIÓN DE LA FRANQUICIA**.

#### **DECLARAN :**

A) Qué **CARRITOS DE COMIDA S.L.U.**, es una empresa dedicada a la franquicia y venta de máquinas de Fotomatón, Carritos Comida, Maquinas Arcade, Salones videojuegos y Organización eventos.

B) Qué **CARRITOS DE COMIDA S.L.U.**, ha desarrollado unos métodos específicos de organización, diseños de los puntos de atención tal, que en su conjunto constituye un “now how” técnico y comercial particular, logrado mediante la inversión de medios económicos en investigación, así como en virtud de la larga experiencia, entrenamiento demostrables en el sector del ocio.

C) En virtud de lo anterior, **CARRITOS DE COMIDA S.L.U.**, ha alcanzado notorio prestigio comercial, dado que sus clientes identifican sus productos como garantía de calidad, y los establecimientos, están dirigidos por profesionales altamente cualificados. **CARRITOS DE COMIDA S.L.U.** es una marca registradas para su explotación en el ámbito de la Unión Europea.

D) El franquiciado reconoce y admite que estará en plena disposición en relación al franquiciador con respecto a facilitar la comunicación, cooperación y coordinación en todo momento.

**EN CONSECUENCIA**, y considerando las premisas y convenios mutuos aquí convenidos, se acuerdan por y entre las partes los siguientes

#### **PACTOS :**

##### **Primero. – OBJETO DEL CONTRATO.**

El presente contrato tiene por objeto regular las relaciones entre el **FRANQUICIADOR-VENDEDOR** y el **FRANQUICIADO-COMPRADOR**, la compraventa de máquina de FOTOTMATON a la formación continuada para la buena gestión del negocio del franquiciado.

**Segundo. – ADQUISICIÓN POR EL FRANQUICIADO-XXXXXX-FOTOMATÓN  
MODELO SONRÍE EN LA PROVINCIA DE XXXXXXX-**

- Por lo que respecta al cánon de entrada a satisfacer por el franquiciado-comprador:

**OPCIÓN FOTOMATON:**

Esta opción tiene un coste de SEIS MIL QUINIENTO EUROS más IVA (6.500 EUROS+ IVA) e incluye una máquina de fotomatón. Haciendo el pago de una paga y señal de 3.000€ a la cuenta: ES59.0049.1548.61.2410205191 Y el resto, en efectivo en la formación en Barcelona antes de empezar el curso de formación.

- Por lo que respecta a la adquisición de máquinas extras por parte del franquiciado comprador:

El franquiciado-comprador podrá adquirir o comprar las siguientes máquinas para el supuesto de que tenga que cubrir y atender las necesidades de la demanda futura. Dicha adquisición tendrá un coste adicional de 4500€+IVA para fotomatón, actualizable de conformidad con el IPC previsto anualmente por el Instituto Nacional de Estadística.

- Por lo que respecta a la adquisición de los consumibles de las máquinas:

El franquiciador-vendedor facilitará la compra de cajas de papel, en cuyo interior habrá DOS bobinas con capacidad de 600 fotografías, cuyo precio asciende a (90€EUROS + IVA) por cada caja. Pudiendo el comprador comprar donde le sea más cómodo y sin obligación al franquiciado. Precio que será actualizable de conformidad con el IPC previsto anualmente por el Instituto Nacional de Estadística.

**PLAZOS DE ENTREGA:**

Por lo que respecta a los plazos de entrega de las máquinas y del suministro de los consumibles, el franquiciador-vendedor se compromete, a entregar las máquinas dentro de un plazo de treinta días hábiles (30 y 60 DÍAS). Por lo que respecta a la entrega de los consumibles, el compromiso de entrega será dentro de un plazo de diez días hábiles (10 DÍAS), una vez que el franquiciado-comprador, realice el pago mediante transferencia bancaria y facilitando éste su justificante.

**Tercero. – CUOTA ROYALTY DE CONTINUIDAD Y DEBER DE REGISTRO Y COMUNICACIÓN DE OPERACIONES CONTABLES, DERIVADAS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL FRANQUICIADA.**

El franquiciado se obliga a satisfacer al franquiciador, además del cánon de entrada establecido en el pacto segundo, una cuota Royalty de un CEROPOR CIENTO (0%) aplicado sobre la facturación neta mensual, en cuya facturación el franquiciado deberá computar todos los ingresos de los clientes que contraten el servicio en el mes en curso, independientemente de que los servicios contratados en el mencionado mes en curso, sean para realizarse en otro mes distinto.



El franquiciado deberá llevar registrada una contabilidad en hoja excel, de todos los movimientos contables mensuales sobre la actividad comercial franquiciada. Dicha contabilidad registrada en hoja excel, deberá ser presentada o enviada al franquiciador, a fin y efecto de que éste, quede informado regularmente de la actividad económica mensual. Esta obligación contable y de registro de datos de clientes, deberá comunicarse al franquiciador. Es de inexcusable cumplimiento y el franquiciado deberá cumplirla en los términos reseñados.

En dicha hoja excel reseñada, el franquiciado deberá especificar y facilitar tanto para un control de su gestión comercial para el departamento de calidad, como para el departamento de formación, como para el departamento de administración y contabilidad del franquiciador, los siguientes datos: nombres y apellidos de los clientes que contratan el servicio durante el mes, fecha del evento, teléfono de contacto del cliente y correo electrónico del mismo.

#### **Cuarto. – FORMACIÓN CONTINUADA.**

El franquiciador tiene la obligación de formación continuada de coaching así como la de atender las incidencias, a fin y efecto de que el franquiciado tenga a el conocimiento suficiente para poder desarrollar su negocio y la oportunidad de participar en la feria de bodas en la zona del franquiciado. En este contrato incluye el compromiso de facilitar durante la temporada de 10 servicios confirmados por el franquiciador para el franquiciado. El franquiciado no podrá negarse ya que están considerados servicios de formación.

#### **Quinto. – DERECHOS DE IMAGEN, MARKETING Y PUBLICIDAD.**

El franquiciado no podrá crear, ni editar páginas web con contenido de la presente actividad derivada del presente contrato, ni subir o colgar contenidos en ningún tipo de redes sociales (facebook, twitter, youtube, etc.), ni realizar cualquier tipo de publicidad mediante plantillas de flyers, pósters, vídeos, u otros diseños, sin la debida autorización expresa y siempre por escrito, y bajo supervisión y aprobación del Titular de la Marca (franquiciador). Cualquier actividad publicitaria o de marketing, relacionada con la actividad franquiciada o con los derechos de imagen corporativa de la misma, es propiedad del Titular de la Marca. Para el supuesto de que el franquiciado quisiera llevar a cabo cualquier tipo de publicidad o de marketing, en referencia a la actividad, deberá contar con la debida autorización expresa y por escrito del Titular de la Marca franquiciada (CARRITOS DE COMIDA S.L.U.), quien facilitará –previa concesión de la autorización por escrito-las necesarias plantillas de flyers, pósters, etc.

Para el supuesto de que el franquiciado quisiera llevar a cabo una actividad publicitaria o de marketing, deberá presentar un escrito de propuesta al titular de la marca franquiciada (CARRITOS DE COMIDA S.L.U.), haciendo constar el diseño, los flyers, los pósters, o cualesquiera otros elementos, que serán puestos en consideración y estudiados por el Titular de la Marca franquiciada, con la mayor brevedad posible. Una vez estudiada la propuesta efectuada por el franquiciado, el Titular de la Marca franquiciada podrá conceder o no conceder la autorización por escrito. Para el supuesto de conceder la autorización por escrito, el franquiciado podrá realizar la publicidad o el marketing en los términos pactados, reservándose el titular de la marca franquiciada, el derecho de supervisión, revocación y rescisión de la autorización en cualquier momento.

#### **Sexto. – VIGENCIA DEL CONTRATO.**

El presente contrato entrará en vigor a partir del día siguiente al de su firma, y será vinculante y eficaz entre ambas partes, franquiciador-vendedor y franquiciado-comprador. Asimismo, tendrá una vigencia o duración de 6 meses, computados a partir del día siguiente al de su firma.

#### **Séptimo. – CLÁUSULA ADICIONAL.**

Para los supuestos en que el presente contrato no quedará prorrogado, en tal supuesto, el franquiciado se compromete expresamente a no usar, ni utilizar la marca comercial, para cualesquiera usos comerciales o publicitarios, ni para cualesquiera otros fines en beneficio propio o de terceras personas.

#### **Octavo. – CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD.**

La existencia de este contrato, su origen, términos y comunicaciones entre el franquiciador-vendedor y el franquiciado-comprador, por razón de la ejecución del presente contrato de compraventa de máquinas de fotomatón y carritos de comida la formación continuada para la buena gestión del negocio del franquiciado, son información confidencial para el franquiciado-comprador. En este sentido, el franquiciado-comprador deberá mantener en secreto el contenido del presente contrato, así como de las teorías, filosofía y técnicas comerciales y estrategias de publicidad aprendidas con el franquiciador-vendedor.

El secreto y la confidencialidad deberá mantenerlo el franquiciado-comprador incluso para después de la finalización del presente contrato. El franquiciado-comprador se compromete a tomar las medidas necesarias, a fin y efecto de salvaguardar el secreto respecto de la ejecución del presente contrato, so pena de incurrir en responsabilidad si tal compromiso u obligación es incumplido.

#### **Noveno. – MOTIVOS DE RESCISIÓN.**

Para el supuesto de que el franquiciado-comprador no cumpla con los compromisos de los pactos Segundo y Tercero, y haga caso omiso de la formación continuada, el franquiciador-vendedor considerará dichos incumplimientos como faltas graves. Por tales incumplimientos se informa al franquiciado-comprador, que el presente contrato quedará rescindido.

#### **Décimo. – SOMETIMIENTO A LA JURISDICCIÓN DE LOS JUZGADOS Y TRIBUNALES DE LA VILLA DE BARCELONA.**

El franquiciado-comprador renuncia expresamente a cualquier fuero que pudiera corresponderle, por lo que para el supuesto de sobrevenir o emanar cualquier controversia, sobre la interpretación del presente contrato, o para su aplicación o cumplimiento o ejecución, acepta expresamente el sometimiento expreso al arbitrio de los Juzgados y Tribunales de la villa de Barcelona, con pleno sometimiento a la legislación española aplicable.

**RECOMENDACIÓN:**

Se informa al franquiciado-comprador del derecho que le asiste, antes de proceder con la firma del presente contrato, de examinarlo de “motu proprio” incluso de estudiarlo con un abogado.

Y, para que surta a los efectos legales oportunos, ambas partes firman el presente documento vinculante, todas las hojas que lo conforman, en un total de seis y por duplicado, en la villa de Barcelona, día \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_, del año 2020

EL FRANQUICIADO-COMPRADOR:      EL FRANQUICIADOR-VENDEDOR  
CARRITOS DE COMIDA S.L.U.  
**C.I.F B-67163196**

Fdo.

Fdo.

## **ANEXO II**

# Contrato de franquicia de los Estados Unidos

EX-10.30 3 dex1030.htm FORM OF BASKIN-ROBBINS FRANCHISE AGREEMENT

Exhibit 10.30

SDA # \_\_\_\_\_

PC# \_\_\_\_\_

**FRANCHISE AGREEMENT**

This Franchise Agreement, dated \_\_\_\_\_, 201\_\_\_\_, is made by and between **BASKIN-ROBBINS FRANCHISING LLC**, a Delaware Limited Liability Company and an indirect, wholly-owned subsidiary of Dunkin' Brands, Inc., with principal offices in Canton, Massachusetts ("Baskin-Robbins", "we", "us" or "our"), and the following individual(s) and/or entity:

(individually or collectively referred to as "Franchisee," "you" or "your").

**CONTRACT DATA SCHEDULE**

A. Location of the Restaurant:

(number) (street) (city or town) (state) (zip code)

B. Term: \_\_\_\_\_ ( ) years from the first date the Restaurant opens to serve the general public, or, in the case of an existing Restaurant, until \_\_\_\_\_.

C.1 Initial Franchise Fee: \_\_\_\_\_ dollars (\$ )

C.2 Initial Training Fee: \_\_\_\_\_ dollars (\$ )

D. Marketing Start-Up Fee: \_\_\_\_\_ dollars (\$ )  
for current event; per Brand Standards for all subsequent branding or re-branding events

E.1. Continuing Franchise Fee Rate: \_\_\_\_\_ percent ( \_\_\_%) of Gross Sales

E.2. Continuing Training Fee: \_\_\_\_\_ dollars (\$ )

F. Continuing Advertising Fee Rate: \_\_\_\_\_ percent ( \_\_\_%) of Gross Sales

G. Remodel Date: In the case of a new Restaurant, the date **ten (10) years** after the first date the Restaurant opens to serve the general public, or, in the case of an existing Restaurant, on \_\_\_\_\_.

Refurbishment Date: In the case of a new Restaurant, the date **five (5) years** and **fifteen (15) years** after the first date the Restaurant opens to serve the general public; or, in the case of an existing Restaurant, on \_\_\_\_\_.

H. Address for notice to FRANCHISEE shall be at the Restaurant, unless another address is inserted here: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

I. Permitted Financing: no more than **90%** of (i) the initial investment in the building, site and additional development, equipment, fixtures and signs for new restaurants or (ii) the purchase price for existing restaurants. **(Initial)** \_\_\_\_\_

J. Addenda: [ ] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**TERMS AND CONDITIONS**

© MARCH 2011

**SECTION 1. PARTIES**

1.0 This Agreement is a non-exclusive license to operate a Baskin-Robbins business granted by us and to you. The franchisee, location and term are as specified in the accompanying Contract Data Schedule.

**SECTION 2. GRANT OF THE FRANCHISE**

2.0 As a result of the expenditure of time, effort and money, we have acquired experience and skill in the continued development of the Baskin-Robbins System (the "System"), which involves the conceptualization, design, specification, development, operation, marketing, franchising and licensing of restaurants and associated concepts for the sale of proprietary and non-proprietary food and beverage products.

2.1 In connection with the System, we own or have the right to license certain intellectual property. This property includes trademarks, service marks, logos, emblems, trade dress, trade names, including Baskin-Robbins®, and other indicia of origin (collectively, the "Proprietary Marks"), as well as patents and copyrights. The Proprietary Marks include trademarks on the Principal Register of the United States Patent and Trademark Office. From time to time we may supplement or modify the list of Proprietary Marks associated with the System.

2.2 As franchisor, we have the right to establish "Standards" for various aspects of the System that include the location, physical characteristics and quality of operating systems of restaurants and other concepts; the products that are sold; the qualifications of suppliers; the qualifications, organization and training of franchisees and their personnel; the timely marketing of products and our brand, including execution of marketing windows; and all other things affecting the experience of consumers who patronize our System. We make those Standards available to you in our Manuals and in other forms of communication, which we may update from time to time. Complete uniformity may not be possible or practical throughout the System, and we may from time to time vary Standards as we deem necessary or desirable for the System.

2.3. As franchisee, you are responsible for the conduct of your employees and for otherwise exercising day-to-day control over your franchised business. You also have the responsibility to adhere to the Standards of the System as they now exist and may from time to time be modified, and you acknowledge that at the heart of the System and this franchise relationship is your commitment to that responsibility. Furthermore, you acknowledge that your commitment is important to us, to you, and to other franchisees in order to promote the goodwill associated with our System and Proprietary Marks, and that this Agreement should be interpreted to give full effect to this paragraph.

2.4 (a) Accordingly, for the Term of this Agreement, we grant you the license, and you accept the obligation, to operate a Restaurant (the "Restaurant") within our System, using our intellectual property, only in accordance with our Standards and the other terms of this Agreement. This license is non-exclusive and relates solely to the single Restaurant location set forth in the Contract Data Schedule. We retain the right to operate or license others to operate Baskin-Robbins restaurants and other concepts, and to grant other licenses relating to the Proprietary Marks, at such locations and on such terms as we choose. We may use or license others to use the Proprietary Marks in ways that compete with your location and that draw customers from the same area as your Restaurant.

2.4 (b) Conditional Renewal of Franchise. This Agreement shall not automatically renew upon the expiration of the Term. You have an option to renew the Franchise upon the expiration of the Term for one (1) additional term of twenty (20) years (the "Renewal Term") if, and only if, each and every one of the following conditions have been satisfied:

(i) You give us written notice of your desire to renew the Franchise at least twelve months, but not more than eighteen months (the "Renewal Notice Period") prior to the end of the Term.

(ii) You have maintained the Standards and otherwise sustained compliance with the terms and conditions of your Franchise Agreement (and lease with our affiliate or us, if applicable) over the term of the Franchise Agreement; you must not have any uncured defaults under this Agreement at the time you provide notice; all your debts and obligations to us under this Agreement (and any lease if we are your landlord) or otherwise must be current through the expiration of the Term; including your Continuing Advertising Fee obligations to the Fund (as defined in Section 6) and we have not issued more than three (3) Notices to Cure or other default notices over the course of the ten (10) year period directly preceding expiration of the Term;

(iii) You must execute and deliver to us, within 14 days (or any longer period required by law) after delivery to you, the then-current form of Franchise Agreement being offered to new franchisees at the time of renewal, including all exhibits and our other then-current ancillary agreements. The terms and conditions and fee structures in the then-current Franchise Agreement may differ from this Agreement;

(iv) We approve the site and the terms of any lease extension or new lease covering the Renewal Term, whether the lease for the Premises is with our affiliate or us or with a third party, including a third party in which you have an interest.

(v) You pay us our then-current renewal fee;

(vi) You execute and deliver a termination of franchise agreement and mutual general release, in the form we prescribe from time to time that releases all claims that we may have against each other, and our respective parents, affiliates and subsidiaries, and their respective officers, directors, shareholders and employees in both their corporate and individual capacities; provided, however, that each parties' indemnification obligations for claims arising in connection with this Agreement shall survive termination of this agreement and shall not be subject to the general release;

(vii) You Remodel the Restaurant on or before the expiration of the Term, in accordance with Section 8.1 of this Agreement;

(viii) If you lease the Premises from our affiliate or us, you agree that we have no obligation to exercise any lease option, if available, or otherwise extend the term of any prime lease for the Renewal Term to accommodate this Conditional Renewal Term, however, in the event we decide not to exercise our lease option, we will use reasonable efforts to effect a transfer of the lease to you as prime tenant;

2.5 We will maintain a continuing advisory relationship with you by providing such assistance as we deem appropriate regarding the development and operation of the Restaurant. We may require that you designate a fully-trained person as our primary contact. We will advise on the selection of the Restaurant's site as well as its construction, design, layout, equipment, maintenance, repair and remodeling. We will advise on the training of managers and crew personnel; on marketing and merchandising; on inventory control and record-keeping; and on all aspects of Restaurant operations. In support of our advisory relationship, we will make available to you our then-current Manuals setting out our Standards, together with explanatory policies, procedures and other materials to assist you in complying with those Standards. We shall continue our efforts to maintain high and uniform standards of quality, cleanliness, appearance and service at all Baskin-Robbins restaurants.

2.6 We have established a franchisee advisory council comprised of members elected by franchisees in accordance with an election process prescribed by us as well as members appointed by us. We will consult with this group from time to time. This council will serve solely in an advisory capacity.

### **SECTION 3. DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT**

3.0 You agree that the Restaurant and any real estate controlled by you and appurtenant to the Restaurant (the "Premises") must be designed, laid out, constructed, furnished, and equipped to meet our Standards and specifications, and you must satisfy any conditions to our approval of the development. Any deviations from our plans, specifications and requirements must have our prior written approval. Any plans that we provide to you, and our approval of any plans you submit to us, relate solely to compliance with our Standards and should not be construed as a representation or warranty that the plans comply with applicable laws and regulations. That responsibility is solely yours. At our written request, you must promptly correct any unapproved deviations from our Standards in the development of the Restaurant or Premises. If you lose the use and enjoyment of the premises before the end of the Term, this Agreement will automatically terminate without further notice.

### **SECTION 4. TRAINING**

4.0 Before the Restaurant opens for business, and from time to time thereafter, we will make various mandatory and optional training programs regarding Standards that we have developed or obtained available to you, your management and other Restaurant personnel to assist you in meeting Standards. We will conduct training programs regarding Standards, and we may require you to conduct training programs through your own properly certified (by us) trainers or supervisors. These programs may be conducted, at our option, in a Restaurant or other site, or through the Internet or other electronic media. You agree to timely and successfully complete, and to require your management and other employees to timely and successfully complete, all training that we designate as mandatory regarding Standards. Some training programs or systems may require the payment of fees.

4.1 You are responsible for your costs incurred in receiving any Standards training and in conducting your own training, including the cost of any materials and the salaries and travel expenses of yourself, your management, and your employees. In the event that the Restaurant repeatedly fails to meet Standards, in addition to whatever other remedies we may have, we may require you, your management and other Restaurant personnel to participate in additional training programs at your expense, and you may be required to reimburse us for the costs of providing such training.



4.2 If you are a new franchisee and you are entering the System through the acquisition of an existing location or you need to have additional individuals attend training, you will need to pay the Initial Training Fee set forth in the Contract Data Schedule.

## SECTION 5. FEES, PAYMENTS AND REPORTING OF SALES

5.0 **Initial Franchise Fee.** The amount and timing of payment of the Initial Franchise Fee is specified in the Store Development Agreement (“SDA”) relating to the location. If there is no SDA, the amount is specified in the Contract Data Schedule, and payment is due upon the signing of this Agreement, which must occur prior to commencing construction of the Restaurant.

5.1 **Marketing Start-Up Fee.** In connection with a material branding or re-branding event such as the opening, re-opening or remodel of the Restaurant or any other event set forth in our Standards, you agree to undertake promotional activities in the manner and to the extent that we prescribe in accordance with our Standards. We will advise you in writing of the manner and timing of payment of such activities. If we have established a minimum dollar expenditure for your Restaurant opening promotional activities, that amount will be set forth on the Contract Data Schedule.

5.2 **Continuing Franchise Fees.** You agree to pay us a Continuing Franchise Fee on or before Thursday of each week, for the seven-day period ending at the close of business on Saturday, twelve days previous. The amount due should be calculated by *multiplying* (a) the Gross Sales of the Restaurant for that seven-day period *by* (b) the Continuing Franchise Fee percentage stated in the Contract Data Schedule. We will specify the means and manner of payment from time to time, in writing.

5.3 **Continuing Advertising Fee.** You agree to pay us a Continuing Advertising Fee on or before Thursday of each week, for the seven-day period ending at the close of business on Saturday, twelve days previous. The amount due should be calculated by *multiplying* (a) the Gross Sales of the Restaurant for that seven-day period *by* (b) the Continuing Advertising Fee percentage stated in the attached Contract Data Schedule. The Continuing Advertising Fee should be paid at the same time and in the same manner as the Continuing Franchise Fee, unless we specify otherwise, in writing.

5.4 **Additional Advertising Fee.** If two-thirds of the Restaurants in the Designated Market Area (“DMA”) in which the Restaurant is located, *or* two-thirds of the restaurants in the continental United States, vote to support payment of Additional Advertising Fees for, respectively, a market-based or nationally-based program, you agree to pay such fees and your Restaurant will participate in that program. Any Additional Advertising Fees will be used only for the related program voted on by the restaurants. We will specify the means and manner of payment from time to time, in writing.

5.5 **“Gross Sales”** means all revenue related to the sale of approved products and services through the operation of the Restaurant, but does not include money received for the sale of stored value cards and deposited into a central account maintained for the benefit of the System; taxes collected from customers on behalf of a governmental body; or the sale of approved products to another entity franchised or licensed by us for subsequent resale. All sales are considered to have been made at the time the product is delivered to the purchaser, regardless of timing or form of payment. Revenues lost due to employee theft are not deductible from Gross Sales. You must submit any wholesale account for our prior approval using the procedure we specify from time to time. We may withdraw our approval at any time.

**5.6 Taxes on Fees.** If any tax or fee other than federal or state income tax is imposed on us by any governmental agency due to our receipt of fees that you pay to us under this Agreement, then you agree to pay us the amount of such tax as an additional Continuing Franchise Fee.

**5.7 Late Fees, Interest and Costs.** If you are late in paying all or part of a fee due to us, then you must also pay us our then-current late fee and interest on the unpaid amount calculated from the date due until paid at the rate of \_\_\_\_\_ percent (\_\_\_\_%) per month, or the highest rate allowed by law, whichever is less. You must also pay all collection charges, including reasonable attorneys' fees, incurred by us to collect fees that are due.

**5.8 Sales Reporting and Electronic Fund Transfer ("EFT").** You agree to participate in our specified program or procedure for sales reporting and payment of fees that are due, whether it is electronic fund transfer or some successor program, in accordance with our Standards. You agree to assume the costs associated with maintaining your capability to report sales and transfer funds to us. In no event will you be required to pay any sums before the date they are due, as described above.

## SECTION 6. ADVERTISING

6.0 We have established and administer The Baskin-Robbins Advertising and Sales Promotion Fund (the "Fund"), and direct the development of all advertising, marketing and promotional programs for the System. We may use up to twenty percent (20%) of Continuing Advertising Fees but none of Additional Advertising Fees for the administrative expenses of the Fund and for programs designed to increase sales and further develop the reputation and image of the brand. The balance, including any interest earned by the Fund, will be used for advertising and related expenses. The content of all activities of the Fund, including the media selected and employed, as well as the area and restaurants targeted for such activities, will be determined by us.

6.1 We are not obligated to make expenditures for you that are equivalent or proportionate to your contributions to the Fund, or to ensure that you benefit directly or on a pro rata basis from the Fund's activities. Upon your request, we will provide you with an audited statement of receipts and disbursements for the Fund that is audited by an independent, certified public accountant, for each fiscal year of the Fund.

6.2 From time to time, we may create a national or local promotional program(s) that, for a limited time, involves the giveaway of a specified product, or its sale at some specified price. We also may create programs for frequency and loyalty cards, and redemption of gift certificates, coupons, and vouchers the duration of which will be determined by us. If we designate any such program as mandatory, you agree to participate fully in that program.

6.3 If you wish to use any advertising or promotional material that you have prepared or caused to be prepared, then you must submit the material and the proposed use for our prior written approval in advance of any use, and discontinue such use when we require. Our prior written approval may take the form of guidelines.

**SECTION 7. OPERATIONS**

**7.0 Operating in Accordance with Our Standards.** You agree to operate the Restaurant in accordance with all of our Standards, some of which are set forth in this section. Among other things, you agree to:

7.0.1 Keep the Restaurant open and in continuous operation for hours we prescribe, and use the Restaurant and Premises only as a Baskin-Robbins business, unless we give written approval to do otherwise;

7.0.2 Install and use only equipment, furnishings, fixtures, and signage that we approve, replace them as we may require, and source them from approved suppliers, of which we may be one;

7.0.3 Install and use a retail information system that we approve and whose information is continuously accessible to us through polling or other direct or remote means that we may specify;

7.0.4 Use only supplies, materials, and other items that we approve, and source them from approved suppliers, of which we may be one;

7.0.5 Sell all required products, sell only approved products, and source them from suppliers that we approve, of which we may be one, and maintain a sufficient supply of all approved products to meet customer demands at all times, unless you receive our written approval to do otherwise;

7.0.5.1 You will place orders with us or our designated supplier at such times and in such manner as we or our designated supplier prescribes from time to time. You will provide us or our designated supplier with means of access to the Restaurant's frozen storage facility for delivery in accordance with regular route schedules as we or our designated supplier prescribes from time to time. We or our designated supplier may refuse to process orders or to impose a reasonable late or delivery charge for orders that are not placed timely.

7.0.6 Use best efforts to hire employees of good character. Maintain a sufficient number of properly trained managers and employees to render quick, competent and courteous service to Restaurant customers in accordance with our Standards. Neither party will, during the term of this Agreement, directly or indirectly solicit or employ any person who is employed by the other or any of their affiliated companies.

7.0.7 Use only employees that have literacy and fluency in the English language sufficient, in our reasonable opinion, to adequately communicate with customers if their duties include customer service;

7.0.8 Comply with all of our requirements relating to health, safety and sanitation;

7.0.9 Sell any products to a third party for subsequent resale only with our prior written approval;

7.0.10 Keep our confidential Manuals up-to-date and accessible in the Restaurant, and make them available only to those of your employees who need access to them in order to operate the franchised business; and

7.0.11 Timely execute marketing windows.

**7.1 Obey All Laws.** You agree to comply with all civil and criminal laws, ordinances, rules, regulations and orders of public authorities pertaining to the occupancy, operation and maintenance of the Restaurant and Premises.

**7.2 Right of Inspection.** You agree that our employees and agents have the right to enter the Restaurant and Premises without notice during business hours to determine your compliance with Standards and this Agreement. During the course of any such inspection, we may photograph or video any part of the Restaurant. We may select ingredients, products, supplies, equipment and other items from the Restaurant to evaluate whether they comply with our Standards. We may require you to immediately remove non-conforming items at your expense, and we may remove them at your expense if you do not remove them upon request.

**7.3 Determination of Prices.** Except as we may be permitted by law to require a particular price, you are free to determine the prices you charge for the products you sell.

**7.4 Conditions of Employment.** You are solely responsible for all employment decisions, including hiring, promoting, discharging, and setting wages and terms of employment.

**7.5 Suppliers.** We have the right to approve or disapprove any supplier to your Restaurant or to the System. From time to time, we may enter into or require national or regional exclusive supply arrangements with one or more independent suppliers for certain approved products. In evaluating the need for an exclusive supplier, we may take into account, among other things, the uniqueness of the product; the projected price and required volume of the product; the investment required and the ability of the supplier to meet the required quality and quantity of the product; the availability of qualified, alternative suppliers; the duration of the exclusivity; and the desirability of competitive bidding.

**7.6 Complaints.** You must submit to us copies of any customer complaints relating to the Restaurant or Premises. You must submit to us any communications from public authorities about actual or potential violations of laws or regulations relating to the operation or occupancy of the Restaurant or Premises. We will specify from time to time the manner of submission of this information to us.

**7.7 Courtesy.** The parties will continuously strive to treat each other with courtesy and respect in all aspects of the franchise relationship.

## **SECTION 8. REPAIRS, MAINTENANCE, REFURBISHMENT AND REMODEL**

**8.0 Repairs and Maintenance:** You agree to continuously maintain the Restaurant and Premises, including all fixtures, furnishings, signs and equipment, in the degree of cleanliness, orderliness, sanitation and repair, as prescribed by our Standards. You agree to make needed repairs (and replacements) to the Restaurant and Premises, including all fixtures, furnishings, signs and equipment, on an ongoing basis to ensure that your use and occupancy of the Restaurant and Premises conform to our Standards at all times. You are responsible for the costs associated with maintenance, repairs and replacements, alterations and additions.

8.1 **Refurbishment and Remodel:** No later than the Refurbishment Dates described in the Contract Data Schedule, you must refurbish the Restaurant in accordance with our then-current refurbishment Standards as generally described below. No later than the Remodel Dates described in the Contract Data Schedule, you must remodel the Restaurant in accordance with our then-current remodel Standards as generally described below, including those relating to fixtures, furnishings, signs and equipment. You are responsible for the costs of Refurbishments and Remodels.

Our refurbishment Standards generally include, but are not limited to, enhancements, improvements or upgrades to: exterior lighting and signage, pre-order board or other drive-thru equipment and signage, landscape design, new style wall covering and countertops, current seating and guest experience packages and/or production equipment or technology.

Our remodel Standards generally include, but are not limited to, enhancements, improvements or upgrades to the: site, building, equipment, technology and operational systems as necessary to bring the Restaurant up to the then-current Brand image and standards.

8.2 You may not defer your ongoing obligation to maintain, repair and replace because of a forthcoming refurbishment or remodel.

## SECTION 9. PROPRIETARY MARKS

9.0 You agree to use only the Proprietary Marks we designate and in the manner that we approve. You may use and display such Proprietary Marks only in connection with the operation of the Restaurant and in compliance with our Standards.

9.1 You may not use the Proprietary Marks to advertise or sell products or services through the mail or by any electronic or other medium, including the Internet, without our prior written approval. Our right of approval of any Internet usage of our Proprietary Marks includes approval of the domain names and Internet addresses, website materials and content, and all links to other sites. We have the sole right to establish an Internet "home page" using any of the Proprietary Marks, and to regulate the establishment and use of linked home pages by our franchisees.

9.2 You agree not to use the Proprietary Marks or the names "*Baskin-Robbins*", "*Baskin*", "*BR*", "*31 Flavors*" or anything confusingly similar as part of your corporate or other legal name, or as part of any e-mail address, domain name, or other identification of you or your business, in any medium. In all approved uses of the Proprietary Marks on your business forms such as your letterhead, invoices, order forms, receipts, and contracts, you must identify yourself as our franchisee and your business as independently owned and operated.

9.3 You have no rights in the Proprietary Marks or our System other than those explicitly granted in this Agreement, and you may not sublicense the Proprietary Marks.

9.4 You agree to notify us promptly of any litigation relating to the Proprietary Marks. In the event we undertake the defense or prosecution of any such litigation, you agree to execute any and all documents and do such acts and things as may be necessary, in the opinion of our counsel, to carry out such defense or prosecution.

9.5 We will save, defend, indemnify and hold you and your successors and assigns harmless, from and against (i) any and all claims based upon, arising out of, or in any way related to the validity of your approved use of the Proprietary Marks and (ii) any and all expenses and costs (including reasonable attorney's fees) incurred by or on behalf of you in the defense against any and all such claims.

**SECTION 10. RESTRICTIVE COVENANTS**

10.0 You acknowledge that as our franchisee, you will receive specialized training, including operations training, in the System that is beyond your present skills and those of your managers and employees. You further acknowledge that you will receive access to our confidential and proprietary information, including methods, practices and products, which will provide a competitive advantage to you. As a condition of training you, sharing our confidential and proprietary information with you and granting you a license to operate the Restaurant within our System and use our intellectual property, we require the following covenants in order to protect our legitimate business interests and the interests of other franchisees in the Baskin-Robbins System:

10.1 During the term of this Agreement, neither you nor any shareholder, member, partner, officer, director or guarantor of yours, or any person or entity who is in active concert or participation with you or who has a direct or indirect beneficial interest in the franchised business, may have a direct or indirect interest in, perform any activities for, provide any assistance to, sell any approved products to, or receive any financial or other benefit from any business or venture that sells products that are the same as or substantially similar to those sold in Baskin-Robbins restaurants, except for i) other Baskin-Robbins restaurants that we franchise to you or ii) real property owned by you; provided, however, no business located on the real property may either a) be an ice cream or frozen treat store or b) derive more than 15% of its overall revenue from products that are the same as or substantially similar to those sold in Baskin-Robbins restaurants; divert or attempt to divert any Baskin-Robbins business or customer away from the Restaurant or the System; oppose the issuance of a building permit, zoning variance or other governmental approval required for the development of another Baskin-Robbins restaurant; or perform any act injurious or prejudicial to the goodwill associated with the Proprietary Marks or System.

10.2 For the first \_\_\_\_\_ months following the expiration or termination of this Agreement or transfer of an interest in the franchised business (the "Post-Term Period), neither you nor any shareholder, member, partner, officer, director or guarantor of yours, or any person or entity who is in active concert or participation with you or who has a direct or indirect beneficial interest in the franchised business, may have any direct or indirect interest in, perform any activities for, provide any assistance to or receive any financial or other benefit from any business or venture (other than an ownership interest in real property ) that sells products that are the same as or substantially similar to those sold in Baskin-Robbins restaurants and located within \_\_\_\_\_ ( ) miles from the Restaurant or any other Baskin-Robbins restaurant that is open or under development. The restriction in the previous sentence does not apply to your ownership of less than two percent (2%) of a company whose shares are listed and traded on a national or regional securities exchange. The Post-Term Period begins to run upon your compliance with all of your obligations in this Section.

10.3 During the term of this Agreement and at any time thereafter, neither you nor any shareholder, member, partner, officer, director or guarantor of yours, or any person or entity who is in active concert or participation with you or who has a direct or indirect beneficial interest in the franchised business, may contest, or assist others in contesting, the validity or ownership of the Proprietary Marks in any jurisdiction; register, apply to register, or otherwise seek to use or in any way control the Proprietary Marks or any confusingly similar form or variation of the Proprietary Marks; or reproduce, communicate or share any Confidential Information with anyone, or use for the benefit of anyone, except in carrying out your obligations under this Agreement.

10.4 You agree that a breach of the covenants contained in this Section will be deemed to threaten immediate and substantial irreparable injury to us and give us the right to obtain immediate injunctive relief without limiting any other rights we might have. If a court or other tribunal having jurisdiction to determine the validity or enforceability of this Section determines that, strictly applied, it would be invalid or unenforceable, then the time, geographical area and scope of activity restrained shall be deemed modified to the minimum extent necessary such that the restrictions in the Section will be valid and enforceable.

10.5 For purposes of this Agreement, the term "Confidential Information" means information relating to us or the Baskin-Robbins System that is not generally available to the public, including Manuals, recipes, products, other trade secrets and all other information and know-how relating to the methods of developing, operating and marketing the Restaurant and the System. You must use best efforts to protect the Confidential Information.

10.6 If Franchisee is a legal entity, such entity's organizing documents shall provide that its purpose is limited to the following:

10.6.1 To develop, acquire, own and operate one or more Dunkin' Donuts and/or Baskin-Robbins franchises, and to conduct all business and financing activities related to those franchises;

10.6.2 To develop, acquire, own and lease any real or personal property used in connection with such franchises, including the financing of same;

10.6.3 To guarantee, co-sign or lend credit, and to secure such obligations by mortgaging, pledging, or otherwise transferring a security interest in your assets (excluding the Franchise Agreement, except and only to the extent and for so long as any applicable law requires that a franchisor permit a franchisee to grant a security interest in the Franchise Agreement) with respect to each of the following:

- a. another Dunkin' Donuts and/or Baskin-Robbins franchised business or Dunkin' Donuts management company that qualifies as an Affiliate (as defined in (10.6.4) below);
- b. an entity, of which you are a member, that operates or owns or leases real estate or equipment to a Dunkin' Donuts central kitchen;
- c. a real estate entity that both: (i) is an Affiliate or is directly or indirectly owned or controlled by you, by an Affiliate, by one or more of your shareholders, or by any person or organization that directly or indirectly owns shares in an Affiliate of yours, and (ii) owns, acquires and/or develops real estate used for Dunkin' Donuts and/or Baskin-Robbins restaurants approved by us (for real estate that includes a Dunkin' Donuts and/or Baskin-Robbins as part of a multi-use project, in addition to an Option to Assume, we require a non-disturbance agreement acceptable to us that permits us to operate or rebrand the restaurant in the event of a default under your loan, pledge, mortgage or similar instrument. Notwithstanding anything to the contrary, in no event may Franchisee guarantee, co-sign, lend credit, mortgage, pledge or otherwise transfer a security interest in your assets with respect to real estate that does not include a Dunkin' Donuts and/or Baskin-Robbins business).

10.6.4 For purposes of this Agreement, an Affiliate means a corporation, partnership or limited liability company whose equity is owned in whole in part by (a) one or more of your shareholders, (b) one or more parent, spouse, sibling, child or grandchild or another blood relation of a shareholder(s) of yours, (c) a trust, family limited partnership or similar organization that we have approved as a shareholder and of which at least one of your shareholders is a settlor, trustee or beneficiary (or equivalent), or (d) or another entity that we have approved to hold an equity interest in you.

10.7 We have the exclusive right to use and incorporate into our System all modifications, changes, and improvements developed or discovered by your employees, agents or you in connection with the franchised business, without any liability or obligation to your employees, agents or you.

#### **SECTION 11. MAINTENANCE AND SUBMISSION OF BOOKS, RECORDS AND REPORTS**

11.0 You are required to keep business records in the manner and for the time required by law, and in accordance with generally accepted accounting principles. You are required to keep any additional business records that we specify from time to time, in the manner and for the time we specify. All records must be in English, and whether on paper or in an electronic form, must be capable of being reviewed by us without special hardware or software. You must retain copies of each state and federal tax return for the franchised business for a period of five years.

11.1 You must submit profit and loss statements to us on a monthly basis, and balance sheets for your fiscal half-year and year-end, all in the format and by the means that we specify from time to time. If we specify additional records for periodic reporting, you agree to submit those records as required.

11.2 Within fifteen days from our request and at our option, you agree to (a) photocopy and deliver to us those required records that we specify, or (b) at a location acceptable to us, provide us access to any required records that we specify for examination and photocopying by us. You agree to grant us the right to examine the records of your purchases kept by any of your suppliers or distributors, including the National DCP or any successor entities, and hereby authorize those suppliers and distributors to allow us to examine and copy those records at our own expense. If after we review your business records, which include your business tax returns, we believe that intentional underreporting of Gross Sales may have occurred, then upon request, you and any signatory and guarantor of this Agreement must provide us with personal federal and state tax returns and personal bank statements for the periods requested.

11.3 We will keep any records you provide to us that contain confidential information of yours confidential, provided such records are marked confidential and, by their nature, would be considered by a reasonable person to be confidential, but we may release information to any person entitled to it under any lease, to a prospective transferee of the Restaurant, in connection with anonymous general information disseminated to our franchisees and prospective franchisees, in the formulation of plans and policies in the interest of the System, or if required by law or any legal proceeding.



## SECTION 12. INSURANCE

12.0 Prior to opening or operating the Restaurant for business, and prior to constructing the Restaurant in the event you are developing the Restaurant, you agree to acquire insurance coverage of the type and in the amounts required by law, by any lease or sublease, and by us, as prescribed in our Standards. You must maintain such coverage in full force and effect throughout the duration of this Agreement. We have the right to change requirements from time to time. All insurance must be placed and maintained with insurance companies with ratings that meet or exceed our Standards. At our request, you must provide us with proof of required insurance coverages.

12.1 We and any affiliated party we designate must be named as additional insureds as our respective interests appear, and all policies must contain provisions denying to the insurer acquisition of rights of recovery against any named insured by subrogation. All policies shall include a provision prohibiting cancellations or material changes without thirty days prior written notice to all named insureds. Policies may not be limited in any way by reason of any insurance that we (or any named party) may maintain. Upon our request, you must produce proof that you currently have the insurance coverage described in this Agreement, with all of the aforementioned provisions. In the event that such insurance coverage is not in effect, we have the right to purchase the necessary coverage for the Restaurant at your expense and to bill you for any premiums.

12.2 Both you and we waive any and all rights of recovery against each other and our respective officers, employees, agents, and representatives, for damage to the waiving party or for loss of its property or the property of others under its control, to the extent that the loss or damage is covered by insurance. To obtain the benefit of our waiver, you must have the required insurance coverage in effect. When you are obtaining the policies of insurance required by this subsection, you must give notice to your insurance carriers that the above mutual waiver of subrogation is contained in this Agreement. This obligation to maintain insurance is separate and distinct from your obligation to indemnify us under the provisions of Section 14.9.

## SECTION 13. TRANSFERS

13.0 **Transfer by Us:** This Agreement inures to the benefit of our successors and assigns, and we may assign our rights to any person or entity that agrees in writing to assume all of our obligations. Upon transfer, we will have no further obligation under this Agreement, except for any accrued liabilities.

13.1 **Transfer by You:** We entered into this Agreement based on the qualifications of your owners and you. Any direct or indirect transfer of interest in this Agreement requires our prior written consent, which we will not unreasonably withhold. We may withhold consent if a proposed transferee does not meet our then-current criteria, if you have not satisfied all of your outstanding obligations to us, if the Restaurant and Premises are not in compliance with our Standards, or if we believe that the sale price of the interest to be conveyed is so high, or the terms of sale so onerous, that it is likely the transferee would be unable to properly operate, maintain, upgrade and promote the Restaurant and meet all financial and other obligations to us and to third parties. At the time of transfer, you and all of your shareholders, partners and members must execute a general release of us and our parent and affiliates, in our then-current standard form. If after an approved transfer, a shareholder, member or partner no longer has an interest in the franchised business, then such party is relieved of further obligations to us under the terms of this Agreement, except for money obligations through the date of transfer and obligations under Section 10.

13.2 **Transfer Fee.** At transfer, you must pay us a Transfer Fee of seven thousand five hundred dollars (\$7,500.00), whether or not we exercise our rights in Section 13.4.

13.2.1 In lieu of the Transfer Fee, we will only charge our then-current Fixed Documentation Fee if the original signatories to the Franchise Agreement retain more than fifty percent (50%) of the shares after the transfer, or if all of the interests transfer to the spouse(s) or children of the original signatories or to beneficiaries or heirs of an owner who dies or becomes mentally incapacitated.

13.3 **Transfer on Death:** Within twelve months from the death of you or any of your owner(s) and notwithstanding any agreement to the contrary, the deceased's legal representative must propose to us in writing to transfer the interest of the deceased in this Agreement to one or more transferees. Any such transfer must occur within twelve months from such individual's death, and is subject to our prior written consent, which we will not unreasonably withhold, in accordance with this Section. This Agreement shall automatically terminate if the transfer has not occurred within twelve months, unless we grant an extension in writing.

13.4 **Right of First Refusal:** We have a right of first refusal to be the purchaser in the event of any proposed direct or indirect sale of interest in this Agreement, under the same terms and conditions contained in the offer or purchase and sale document. You must provide us with a fully-executed copy of any offer or purchase and sale document (including any referenced documents) for the sale, and we will have sixty days from our receipt to notify you whether we are exercising our right. We may purchase the interest ourselves or assign our right without recourse to a nominee who will purchase the interest directly from you. In the event you modify the offer or terms of sale in any way, you must resubmit the modified offer or purchase and sale document, as modified, and we will again have sixty days to exercise the right of first refusal.

#### SECTION 14. DEFAULT AND REMEDIES

14.0 You will be in default under this Agreement under the following conditions:

14.0.1 You breach an obligation under this Agreement, or an obligation under another agreement, which agreement is necessary to the operation of the Restaurant.

14.0.2 You file a petition in bankruptcy, are adjudicated a bankrupt, or a petition is filed against you and is either consented to by you or not dismissed within thirty days; or you become insolvent or make an assignment for the benefit of creditors; or a bill in equity or other proceeding for the appointment of a receiver or other custodian for your business assets is filed and is either consented to by you or not dismissed within thirty days; or a receiver or other custodian is appointed for your business or business assets; or proceedings for composition with creditors is filed by or against you; or if your real or personal property is sold at levy.

14.0.3 You or your owners are convicted of or plead guilty or no contest to a felony or crime involving moral turpitude, or any other crime or offense that is injurious to our System or the goodwill enjoyed by our Proprietary Marks.

14.0.4 You or your owners commit a fraud upon us or a third party relating to a business franchised or licensed by us.

14.0.5 You use or permit the use of any business franchised or licensed by us, including the Restaurant or Premises, for an unauthorized purpose.

14.0.6 We terminate any other franchise agreement with you or any affiliated entity by reason of a default under sections 14.0.3, 14.0.4 or 14.0.5.

14.1 You will have the following opportunities to cure a default under this Agreement.

14.1.1 **Thirty-Day Cure Period.** Except as otherwise provided, you must cure any default under this Agreement within thirty days after delivery of notice of default to you in our then-standard form or forms of communication.

14.1.2 **Seven-Day Cure Period.** If you do not pay the money owed to us or the Advertising Fund when due, or if you fail to maintain the insurance coverage required by this Agreement, you must cure that default within seven days after delivery of notice of default to you in our then-standard form or forms of communication.

14.1.3 **Twenty-Four Hour Cure Period.** If you violate any law, regulation, order or Standard relating to health, sanitation or safety, or if you cease to operate the restaurant for a period of forty-eight hours without our prior written consent, you must cure that default within twenty-four hours after delivery of notice of default to you in our then-standard form or forms of communication.

14.1.4 **Cure on Demand.** You must destroy any product or cure any situation that, in our opinion, poses an imminent risk to public health and safety, at the time we demand you do so.

14.2 **No Cure Period.** No cure period will be available if you are in default under paragraphs 14.0.2 through 14.0.6; if you abandon the Restaurant; if you intentionally under-report Gross Sales or otherwise commit an act of fraud with respect to your acquisition or performance of this Agreement; or if your lease for the Restaurant is terminated. In addition, no cure period will be available for any default if you already have received three or more previous notices-to-cure for the same or a substantially similar default (whether or not you have cured the default), within the immediately preceding twelve-month period.

14.3 **Statutory Cure Period.** If a default is curable under this Agreement, and the applicable law in the state in which the premises is located requires a longer cure period than that specified in this Agreement, the longer period will apply.

14.4 In addition to all the remedies provided at law or by statute for the breach of this Agreement, we also have the following remedies:

14.4.1 If we believe a condition of the Premises or of any product pose a threat to the health or safety of your customers, employees or other persons, we have the right to take such action as we deem necessary to protect these persons, and the goodwill enjoyed by our Proprietary Marks and System. Such actions may include any or all of the following: we may require you to immediately close and suspend operation of the Restaurant and correct such conditions; we may immediately remove or destroy any products that we suspect are contaminated; and, if you fail to correct a hazardous condition on demand, and within a reasonable time, we and contractors we hire may enter the Restaurant without being guilty of, or liable for, trespass or tort, and correct the condition. You are solely responsible for all losses or expenses incurred in complying with the provisions of this subsection. Further, if you should discover a hazardous condition as described above, you agree to notify us immediately.

14.4.2 If after proper notice and opportunity to cure, you have not complied with a Standard involving the condition of the Restaurant, including maintenance, repair, and cleanliness, we and contractors we hire may enter the Restaurant without being guilty of, or liable for, trespass or tort, and correct the condition at your expense.

14.4.3 If you are repeatedly in default of this Agreement, we may disapprove your participation in the sale of new products or new programs until you cure your defaults and demonstrate to our reasonable satisfaction that you can maintain compliance with Standards.

14.4.4 You will pay to us all costs and expenses, including reasonable payroll and travel expenses for our employees, and reasonable investigation and attorneys' fees, incurred by us in successfully enforcing (which includes achieving a settlement) any provisions of this Agreement.

14.5 Because of the importance of your compliance with Standards to protect our System, other franchisees, and the goodwill enjoyed by our Proprietary Marks, you agree that the remedies described elsewhere in this Agreement, as well as monetary damages or termination at a future date, may be insufficient remedy for a breach of our Standards. Accordingly, you agree not to contest the appropriateness of injunctive relief for such breaches, and consent to the grant of an injunction in such cases without the showing of actual damages, irreparable harm or the lack of an adequate remedy at law. In order to obtain an injunction, we must show only that the Standard in issue was adopted in good faith, that it is a Standard of general applicability in that DMA or "region" (as that term is defined by us), and that you are violating or are about to violate that Standard. A Standard of general applicability is one that applies to all franchisees in the DMA or region, or throughout the Baskin-Robbins System.

**14.6 Termination and Expiration.** If you commit a default referenced in section 14.2 or if you fail to timely cure any default that may be cured, we may terminate this Agreement. Termination will be effective immediately upon receipt of a written notice of termination unless a notice period is required by law, in which case that notice period will apply. Upon termination or expiration of this Agreement, you no longer have any rights granted by this Agreement. If we suffer your continued operation of the Restaurant while we seek judicial enforcement of our election to terminate, conducting business as if the Agreement had not been terminated in order to preserve the reputation of our System and goodwill associated with the Proprietary Marks, our adherence to the judicial process is neither a waiver of our election to terminate nor an extension of the termination date.

14.7 In the event of termination or expiration of this Agreement:

14.7.1 You must pay all monies owed under this Agreement, including any fees and interest, within ten days.

14.7.2 You must immediately cease operation of the Restaurant and no longer represent yourself to the public as our franchisee.

14.7.3 You must immediately cease all use of our Proprietary Marks, trade secrets, confidential information, and manuals, and cease to participate directly or indirectly in the use or benefits of our System.

14.7.4 You must, within ten days, return all originals and copies of our operating manuals, plans, specifications, and all other materials of ours in your possession relating to the operation of the Restaurant, all of which you acknowledge to be our property. The remaining materials are your property.

14.7.5 Upon our request within thirty days from the date of termination due to default, you agree to sell to us any or all of the furniture, fixtures, and equipment at its then-current fair market value, less any indebtedness on the equipment, and indebtedness to us;

14.7.6 Upon our request within thirty days from the date of termination or expiration, you must assign to us any leasehold interest you have in the Restaurant and Premises or any other agreement related to the Premises.

14.7.7 Upon our request within thirty days from the date of termination due to default or expiration, you must remove from the Restaurant and Premises and return to us all indicia of our Proprietary Marks. Further, you must make such modifications or alterations to the Restaurant and Premises as we require in accordance with our Standards to distinguish the Restaurant and Premises from the premises of other restaurants in the System. You must also disconnect any telephone listings that contain our name, and withdraw any fictitious name registration containing any part of our Proprietary Marks. You hereby appoint us as your attorney-in-fact, and in your name, to do any act necessary to accomplish the intent of this section. In the event you fail or refuse to comply with the requirements of this section, we have the right to enter upon the Premises, without being guilty of trespass or any other tort, for the purpose of making such changes as may be required, at your expense, which you agree to pay upon demand.

14.8 You agree that the existence of any claims against us, whether or not arising from this Agreement, shall not constitute a defense to the enforcement by us of any provision of this Agreement

**14.9 Indemnification.** You will indemnify and hold us, our parent, subsidiaries and affiliates, including our and their respective members, officers, directors, employees, agents, successors and assigns, harmless from all claims related in any way to your operation, possession or ownership of the Restaurant or the Premises, or any debt or obligation of yours. This indemnification covers all fees (including reasonable attorneys' fees), costs and other expenses incurred by us or on our behalf in the defense of any claims, and shall not be limited by the amount of insurance required under this Agreement. Our right to indemnity shall be valid notwithstanding that joint or concurrent liability may be imposed on us by statute, ordinance, regulation or other law. We will notify you of any claims covered by this paragraph, and you shall have the opportunity to assume the defense of the matter. We shall have the right to participate in any defense that is assumed by you, at our own cost and expense. No settlement of any claim against us shall be made without our prior written consent if we would be subjected to any liability not covered by you or your insurer.

## SECTION 15. DISPUTE RESOLUTION

**15.0 Waiver of Rights:** Both we and you waive and agree not to include in any pleading or arbitration demand: class action claims; demand for trial by jury; claims for lost profits; or claims for punitive, multiple, or exemplary damages. If any pleading is filed that contains any of these claims or a jury demand, or if a court determines that all or any part of the waivers are ineffective, then the pleading shall be dismissed with prejudice, leaving the pleading party to its arbitration remedy. No claim by either of us can be consolidated with the claims of any other party. If such claims and demands cannot be waived by law, then the parties agree that any recovery will not exceed two (2) times actual damages.

15.1 **Arbitration:** Either of us, as plaintiff, may choose to submit a dispute to a court or to arbitration administered by the American Arbitration Association (“AAA”) under its Commercial Arbitration Rules (or another nationally established arbitration association acceptable to you and us) and under the Federal Rules of Evidence. The plaintiff’s election to arbitrate or to submit the dispute to the court system, including any compulsory counterclaims, is binding on the parties except that we shall have the option to submit to a court any of the following actions: to collect fees due under this Agreement; for injunctive relief; to protect our intellectual property, including Proprietary Marks; and to terminate this Agreement for a default. For any arbitration, the arbitrator(s) shall issue a reasoned award, with findings of fact and conclusions of law. The arbitration award and the decision on any appeal will be conclusive and binding on the parties. Actions to enforce an express obligation to pay money may be brought under the Expedited Procedures of the AAA’s Commercial Arbitration Rules. The place of arbitration shall be in the state in which the Restaurant is located. The Federal Arbitration Act shall govern, excluding all state arbitration law. Massachusetts’s law shall govern all other issues.

15.2 **Scope of Arbitration:** Disputes concerning the validity or scope of this Section, including whether a dispute is subject to arbitration, are beyond the authority of the arbitrator(s) and shall be determined by a court of competent jurisdiction pursuant to the Federal Arbitration Act, 9 U.S.C. §1 et seq., as amended from time to time. The provisions of this Section shall continue in full force and effect subsequent to any expiration or termination of this Agreement.

15.3 **Appeals:** Either of us may appeal the final award of the arbitrator(s) to the appropriate U.S. District Court. The Court’s review of the arbitrator’s findings of fact shall be under the clearly erroneous standard, and the Court’s review of all legal rulings shall be *de novo*. If it is determined that this provision for federal court review is not enforceable, then either party may appeal the arbitrator’s final award to a panel of three arbitrators chosen under AAA procedures, employing the same standards of review stated immediately above.

## SECTION 16. MISCELLANEOUS

16.0 If you directly or indirectly acquire ownership or control of the Premises, you must promptly give us written notice of such ownership or control and execute our then-standard agreement giving us the option to lease the Premises from you if you default under this Agreement or under any lease relating to the Restaurant or Premises. The lease will be for the then-remaining term of this Agreement, including any extension or renewal, at “triple-net” fair market value rent for comparable Baskin-Robbins locations with arms-length leases. If the parties cannot agree on the fair market value, they will consult a mutually-acceptable real estate professional.

16.1 You are an independent contractor of ours and not our agent, partner or joint venturer. Neither party has the power to bind the other. Nothing in this Agreement contemplates a fiduciary relationship. Neither party is liable for any act, omission, debt or any other obligation of the other, and you and we agree to indemnify and save each other harmless from any such claim and the cost of defending such claim.

16.2 Our waiver of your breach of any term of this Agreement applies only to that one breach and that one term, and not to any subsequent breach of any term. Acceptance by us of any payments due under this Agreement shall not be deemed to be a waiver by us of any preceding breach by you of any term. If we accept payments from any person or entity other than you, such payments will be deemed made by such person as your agent and not as your successor or assignee. We may waive or modify any obligation of other franchisees under agreements similar to this Agreement, without any obligation to grant a similar waiver or modification to you.

If, for any reason, any provision of this Agreement is determined to be invalid or to conflict with an existing or future law, then the remaining provisions will continue to bind the parties and the invalid or conflicting provision will be deemed not to be a part of this Agreement.

16.3 The parties' rights and remedies are cumulative. Neither you nor your successor may create or assert any security interest or lien in this Agreement, without our prior written approval. You represent and warrant that you have established your operating agreement, by-laws or partnership agreement in accordance with the requirements of this Agreement. In the event of any conflict between a provision in this Agreement and a provision in your operating agreement, by-laws or partnership agreement, the provision of this Agreement will control.

16.4 Captions, paragraph designations and section or subsection headings are included in this Agreement for convenience only, and in no way define or limit the scope or intent of the provisions. Wherever we use the word "including", it means "including but not limited to."

16.5 **Notices.** All notices shall be sent by prepaid private courier or certified mail to the addresses set forth in the Contract Data Schedule, or to such other addresses as you and we provide each other in writing. All notices to us shall be sent to "Attention: Legal Department."

16.6 This Agreement and the documents referred to herein shall be the entire, full and complete agreement between you and us concerning the subject matter of this Agreement, which supersedes all prior agreements. Nothing in this Section, however, is intended to disclaim the representations we made in the franchise disclosure document that we furnished to you. This Agreement is made in the Commonwealth of Massachusetts, USA, and shall be interpreted, construed and governed by the laws of the Commonwealth of Massachusetts. This Agreement may be executed in multiple counter-parts by facsimile or otherwise. This Agreement may only be modified in a writing signed by you and us.

**16.7 Your success in this business is speculative and depends, to an important extent, upon your ability as an independent business owner. We do not represent or warrant that the Restaurant will achieve a certain level of sales or be profitable, notwithstanding our approval of the location. By your signature below, you acknowledge that you have entered into this Agreement after making an independent investigation of the Baskin-Robbins System.**

**(The remainder of this page is intentionally left blank.)**

Intending to be legally bound hereby, the parties have duly executed and delivered this agreement in duplicate, as of the date and year first written above. You hereby acknowledge receipt of this Franchise Agreement, including any addenda referenced in Item J, at least seven (7) calendar days (or such longer period as is required by state law) prior to the date hereof. You further acknowledge having carefully read this agreement in its entirety, including all addenda identified above and the Personal Guarantee below (if applicable).

**BASKIN-ROBBINS FRANCHISING LLC**

By: \_\_\_\_\_  
Assistant Secretary

This Agreement is not binding upon the above entity(ies) until executed by an authorized representative.

**YOU ACKNOWLEDGE SECTION 15 OF THE TERMS & CONDITIONS, WHICH PROVIDES FOR YOUR EXPRESS WAIVER OF RIGHTS TO A JURY TRIAL, TO PARTICIPATE IN CLASS ACTION LAWSUITS, TO OBTAIN PUNITIVE, MULTIPLE OR EXEMPLARY DAMAGES, AND TO BRING ANY CLAIM OR ACTION LATER THAN TWO YEARS AFTER THE DISCOVERY OF THE FACTS GIVING RISE TO SUCH CLAIM OR ACTION.**

WITNESS/ATTEST:

FRANCHISEE  
Entity

\_\_\_\_\_

By: \_\_\_\_\_

Print Name: \_\_\_\_\_

Print Name: \_\_\_\_\_



**PERSONAL GUARANTEE**

The undersigned represent and warrant that they hold a direct or an indirect interest in FRANCHISEE ENTITY NAME (“Franchisee”) organized under the laws of the State/Province of \_\_\_\_\_.

Waiving demand and notice, the undersigned hereby, jointly and severally, personally guarantee the full payment of Franchisee’s money obligations to us (and our parents or affiliates) under Section 5 and the performance of all of the Franchisee’s other obligations under this Franchise Agreement, including, without limitation, Section 10 in its entirety relative to the restrictions on activities. The undersigned personally agree that the Franchise Agreement shall be binding upon each of them personally. The undersigned, jointly and severally, agree that we may, without notice to or consent of the undersigned, (a) extend, in whole or in part, the time for payment of Franchisee’s money obligations under Section 5; **(b) modify, with the consent of Franchisee, Franchisee’s money or other obligations under this Agreement; and** (c) settle, waive or compromise any claim that we have against FRANCHISEE or any or all of the undersigned, all without in any way affecting this personal guarantee, which is intended to take effect as a sealed instrument.

\_\_\_\_\_  
Witness  
Print Name: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, individually

\_\_\_\_\_  
Witness  
Print Name: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, individually

\_\_\_\_\_  
Witness  
Print Name: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, individually

\_\_\_\_\_  
Witness  
Print Name: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, individually

PC # \_\_\_\_\_  
City and State \_\_\_\_\_

**CERTIFICATION OF AGREEMENT**

By signing below, you acknowledge that you received our Franchise Disclosure Document (“FDD”) and have had the opportunity to review it and obtain the advice of an attorney. Your answers to the questions below will provide us with an opportunity to correct any possible misunderstandings prior to entering into this agreement with you (“Agreement”). Therefore, your certification is important and we will act in reliance upon your answers below in signing this Agreement.

Other than what is written in this Agreement or FDD, describe below any information provided by any employee or agent of our company that has influenced your decision to sign this Agreement.

If the answer is “none,” please write “NONE” below.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Other than the historical information that is provided in Items 7 or 19 (including the Notes sections) of our FDD, describe below any information provided by any employee or agent of our company about your future financial performance, including sales, costs or profits, that has influenced your decision to sign this Agreement.

If the answer is “none,” please write “NONE” below.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

If you do not complete and sign this page, we will not counter-sign this Agreement (or, if that has already taken place, we have the right to void this Agreement).

I certify that the above information is true, as of the same date as that on which this Agreement was signed.

Witness/Attest:

FRANCHISEE:

\_\_\_\_\_

By: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Print Name: \_\_\_\_\_ Witness \_\_\_\_\_, individually

\_\_\_\_\_  
Print Name: \_\_\_\_\_ Witness \_\_\_\_\_, individually

\_\_\_\_\_  
Print Name: \_\_\_\_\_ Witness \_\_\_\_\_, individually