

Resumen

En este trabajo mi objeto es exponer un nuevo contrato que es de carácter atípico. A medida que las sociedades avanzan, y en especial, en estos últimos tiempos en los cuales la economía tiene una importancia protagónica, que ha generado junto a los nuevos modos de vida y necesidades actuales una serie de nuevos negocios que han sido captados por el Derecho. En algunos casos, estos negocios ya han sido objeto de regulación legal, dictándose leyes nacionales especiales destinadas a poner orden y dar por finalizado el "caos" jurídico producido por la incertidumbre que generaban estas originales formas de contratación totalmente distintas a las preexistentes o que en otros casos son un híbrido constituido por las formas tradicionales y las modernas.

El contrato de franquicia tal y como se conoce en la actualidad, es un fenómeno relativamente nuevo. Aunque históricamente las franquicias han sido utilizadas como medio para la prestación de servicios públicos, solamente en este siglo han sido utilizadas por el sector privado como un sistema de mercadotecnia aplicado a bienes y servicios.

El desarrollo del concepto de franquicias se remota al siglo XII. Sin embargo, existen dos épocas muy marcadas en el desarrollo de las franquicias como sistema comercial y de negocios: la primera, a partir de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX y la segunda desde la posguerra hasta nuestros días.

La franquicia se define como un sistema de colaboración entre dos partes jurídicamente independientes, vinculadas entre sí a través de un contrato mediante el cual una de las partes, **la empresa franquiciadora**, sede a cambio de cierta **remuneración económica**, el derecho a utilizar su **marca comercial** y su **"saber-hacer" empresarial**, por un tiempo limitado y en un territorio determinado.

Es un acuerdo (vertical) por el cual el propietario de una marca, nombre comercial u otra presentación de marketing distintiva (franquiciante) otorga una licencia en favor de un minorista (franquiciado) para que se utilice su marca, nombre comercial o presentación, y para disponer su establecimiento de acuerdo al distintivo o formato asociado con el franquiciante

Básicamente el franchising es una suerte de simbiosis. Una parte, que es conocida como franchisor (franquiciante) otorga licencia a un comerciante independiente, llamado el franchisee (franquiciado), para que venda productos o servicios de su titularidad.

La Franquicia responde a la necesidad de una renovación constante de la oferta de mercado, obligada por la imparable y creciente aparición de nuevos competidores y la exigencia de ofrecer nuevas prestaciones.

La Franquicia consigue un mayor acercamiento al consumidor a través de una "**especialización**" bien entendida, o sea, centrada en un **mejor conocimiento del producto** y sobre todo, un **mejor servicio y atención al consumidor**.

Se trata de un contrato consensual que se perfecciona por el mero consentimiento de las partes. Es bilateral, ya que el contrato produce derechos y obligaciones para ambas partes. Se trata de un contrato atípico, pues no se encuentra regulado en nuestro derecho, por lo cual se le conoce como contrato innominado. Es un contrato oneroso, pues cada una de las partes obtiene una ventaja de su prestación.

Palabras Clave

Atípico
Franquicia
Contrato
Regulación
Código de Comercio
Fraude
Derecho Comparado
Libertad Contractual
Principio de la Autonomía de la voluntad
Elementos del Contrato