



# PLANTOUR CÓDIGO DEONTOLÓGICO

---

# CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE PLANTOUR FRANQUICIAS S.A.

## Prólogo

PlanTour Franquicias S.A., inscrito en el registro mercantil:Tomo 2051, Libro 0, Folio 11, Hoja PM-46743, fue constituida en diciembre de 2003.

El objeto de PlanTour Franquicias S.A. es el "Estudio, promoción y desarrollo de proyectos de colaboración, investigación y negocios con empresas del sector turístico u hoteles mediante la contratación de servicios ..."

El código es un manual de buenas costumbres y buena conducta para los franquiciados así como para PlanTour Franquicias S.A.

Este código deontológico entra en vigor en **diciembre de 2003**.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE PLANTOUR FRANQUICIAS S.A. 27

## DEFINICIÓN DE FRANQUICIA

**Definimos PlanTour Franquicias S.A.**, 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 (PlanTour Franquicias S.A.), cede, 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.

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**.

**La franquicia es también seguridad**, al basarse en la creación de una Red de agencias que sustenta todo un sistema de distribución y que determina el apoyo de cada uno de los componentes de la Red de negocio con los otros, todo ello por simples razones lógicas al interesar conseguir mayor fortaleza en el mercado.

**La franquicia asegura unos mínimos de rentabilidad**, la calidad del producto de PlanTour Franquicias S.A., su originalidad, y los conocimientos que ya posee PlanTour Franquicias S.A. que ofrece la posibilidad a otras personas de incorporarse a un negocio que les supone un menor riesgo comercial debido a la citada experiencia que brinda la cadena de agencias en funcionamiento de PlanTour Franquicias S.A.

## 2.- PRINCIPIOS GENERALES

**2.1. PlanTour Franquicias S.A., es el iniciador de una "Red de Franquicia" constituida por el mismo y sus franquiciados individuales, de la cual PlanTour Franquicias S.A. es el tutor permanente.**

**2.2. Obligaciones de PlanTour Franquicias S.A.**

### DEBEMOS:

Haber establecido y explotado con éxito un concepto comercial durante un periodo razonable y, como mínimo, en una unidad piloto antes del inicio de la Red (5).

Ser titulares de los derechos sobre el símbolo y el logotipo, en definitiva, sobre la marca y demás símbolos característicos (6 y 7).

Prestar a nuestros Franquiciados una formación inicial y prestarles de manera continua una asistencia comercial y / o técnica durante toda la vigencia del contrato.

### **2.3. Obligaciones del franquiciado individual.**

EL FRANQUICIADO DEBERÁ:

Dedicar sus máximos esfuerzos al desarrollo de la Red de Franquicia y al mantenimiento de su identidad común y de su reputación.

Proporcionar a PlanTour Franquicias S.A. los datos operativos verificables, a fin de facilitar la determinación de los resultados y los estados financieros necesarios para la dirección de una gestión eficaz. El Franquiciado autorizará a PlanTour Franquicias S.A. y / o a sus delegados el acceso a sus locales y a su contabilidad en horas razonables.

No divulgar a terceros el "saber hacer" facilitado por PlanTour Franquicias S.A., ni durante ni después del contrato (8).

### **2.4. Obligaciones continuadas de ambas partes.**

LAS PARTES DEBERÁN ACTUAR DE FORMA EQUITATIVA EN SUS RELACIONES MUTUAS.

PlanTour Franquicias S.A. comunicará por escrito al Franquiciado cualquier incumplimiento del contrato y le concederá, si procede, un plazo razonable para subsanarlo.

Las partes deberán resolver sus quejas, litigios con lealtad y buena voluntad mediante la comunicación y negociación directa.

### **3.- CONTRATACIÓN, PUBLICIDAD Y DIVULGACIÓN.**

**3.1** La publicidad convencional y no convencional, relativa a la captación de franquiciados, carece de ambigüedad y de información engañosa.

**3.2** Todo documento publicitario en el que aparezcan directa o indirectamente resultados financieros previsibles del franquiciado, es objetivo y verificable.

**3.3** Para que el futuro franquiciado pueda comprometerse con pleno conocimiento de causa, PlanTour Franquicias S.A., entrega una copia del presente Código Deontológico, así como una información completa y escrita, en relación con las cláusulas del contrato de Franquicia, en un plazo razonable con anterioridad a la firma del contrato.

**3.4** Cuando PlanTour Franquicias S.A. proponga la firma de un precontrato, éste respetará los principios siguientes:

Previamente a la firma de cualquier contrato entregaremos al futuro franquiciado las informaciones escritas relativas al contenido del mismo, así como los gastos que de él se derivarán para el candidato.

Especificar la duración del precontrato y prever una cláusula de indemnización mutua.

PlanTour Franquicias S.A. impone una cláusula de no-competencia y de confidencialidad a fin de impedir el desvío del "saber hacer" transmitido durante la vigencia del precontrato.

### **4.- SELECCIÓN DE LOS FRANQUICIADOS.**

PlanTour Franquicias S.A. seleccionará y aceptará únicamente a los franquiciados que, tras una investigación razonable, reúnan las condiciones requeridas (formación, cualidades personales, capacidad financiera,...) para la explotación de la empresa franquiciada.

## 5.- EL CONTRATO DE FRANQUICIA.

**5.1.** El contrato de franquicia se ajusta al Derecho Nacional, al Derecho Comunitario y al Código Deontológico. El contrato refleja los intereses de los miembros de la Red de Franquicia, protege los derechos de propiedad industrial e intelectual de PlanTour Franquicias S.A. y mantiene la identidad común y la reputación de la Red de Franquicia. (9).

Todo contrato y todo acuerdo contractual por los que se rijan las relaciones entre PlanTour Franquicias S.A. y franquiciado son redactadas en la lengua oficial del país en el que se establece la Franquicia, y las copias del contrato firmado se remiten inmediatamente al franquiciado.

**5.2.** El contrato de Franquicia establece sin ambigüedades las obligaciones y responsabilidades respectivas de las partes, así como cualquier otra cláusula material de la colaboración.

### **5.3. Los puntos esenciales mínimos del contrato son los siguientes:**

Los derechos de PlanTour Franquicias S.A.

Los derechos del franquiciado.

Los bienes y / o servicios proporcionados al franquiciado.

Las obligaciones de PlanTour Franquicias S.A.

Las obligaciones del franquiciado.

Las condiciones financieras para el franquiciado.

La duración del contrato, fijada de modo que permita al franquiciado amortizar las inversiones específicas de la Franquicia.

Las condiciones de renovación del contrato si procede. (10)

Las condiciones en que podrán efectuarse la cesión o la transferencia de los derechos derivados del contrato y las condiciones de prioridad de PlanTour Franquicias S.A.

### **Las condiciones de utilización por el franquiciado de los símbolos pertenecientes a PlanTour Franquicias S.A. símbolo y logotipo en definitiva la marca y todos los demás símbolos característicos.**

El derecho de PlanTour Franquicias S.A. de hacer evolucionar su concepto de Franquicia.

Las cláusulas de rescisión del contrato.

Las cláusulas que prevén la recuperación, por PlanTour Franquicias S.A., de cualquier elemento material o inmaterial que le pertenezca en caso de finalización del contrato antes del plazo previsto.(11)

## MASTER FRANQUICIA.

Este Código Deontológico no se aplicará a las relaciones entre PlanTour Franquicias S.A. y su posible master Franquiciado. Sin embargo, sí se aplicará entre el Master Franquiciado y sus franquiciados.

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE PLANTOUR FRANQUICIAS S.A. 30

## ANEXOS

### **La independencia jurídica y financiera entre las partes:**

El franquiciado será responsable de los medios humanos y financieros que contrata, y será responsable ante terceros de los actos realizados en la explotación de la Franquicia.

Estará obligado a colaborar con lealtad al éxito de la Red a la que se ha adherido.

### **El concepto: será la conjunción original de tres elementos:**

La propiedad o el derecho de uso de símbolos: marca de fábrica, marca comercial, marca de servicios, distintivos, razón social, nombre comercial, signos y símbolos, logotipo, etc.

El uso de una experiencia, de un "saber hacer".

Una serie de productos, de servicios y / o de tecnologías patentadas o no, que habrá concebido, puesto a punto, adquirido.

**Definición del “saber hacer”.**

**El “saber hacer” es un conjunto de informaciones prácticas, no patentadas, resultantes de la experiencia de PlanTour Franquicias S.A. y probadas por él.**

Es secreto sustancial e identificado.

“Secreto”, significa que el “saber hacer”, en su conjunto o en la configuración y el ajuste exacto de sus componentes, no es conocido en general, ni resulta fácilmente accesible; esto no se limita al sentido estricto de que cada componente individual del “saber hacer” deba ser totalmente desconocido o imposible de obtener fuera de las relaciones con el Franquiciador.

**“Sustancial”, significa que el “saber hacer” debe incluir una información importante para la venta de productos la prestación de servicios a los usuarios finales, y en particular, para la presentación de los productos para su venta, la transformación de los productos en combinación con la prestación de servicios, las relaciones con la clientela, y la gestión administrativa y financiera. El “saber hacer” debe resultar útil para el franquiciado pudiendo mejorar la posición competitiva del mismo en la fecha de conclusión del acuerdo, especialmente mejorando sus resultados o ayudándole a introducirse en un nuevo mercado.**

“Identificado”, significa que el “saber hacer” debe estar descrito de forma suficientemente completa que permita verificar si reúne las condiciones de secreto y sustancialidad; la descripción del “saber hacer” puede realizarse de acuerdo con el franquiciado, en documento separado o en cualquier otra forma apropiada.

El Franquiciador garantizará al franquiciado el uso de este “saber hacer” que mantiene y desarrolla.

El Franquiciador lo transmitirá al franquiciado y controlará la aplicación y el respeto del mismo mediante una información y una formación adecuadas.

El Franquiciador fomentará el incremento de la información de los franquiciados a fin de mejorar el “saber hacer”.

En el periodo precontractual, contractual y postcontractual el Franquiciador impedirá cualquier utilización y transmisión del “saber hacer” que puedan perjudicar a la Red de Franquicia, en particular, en lo que respecta a las redes competidoras.

**La Red de Franquicia:**

La constituirá el Franquiciador y sus franquiciados. La Red de Franquicia, por su organización y su desarrollo, contribuirá a mejorar la producción y / o la distribución de los productos y / o servicios; promoverá el progreso técnico y económico, reservando a los usuarios una parte equitativa del beneficio que de ellos se derive.

La marca de Franquiciador, símbolo de la identidad y de la reputación de la Red, constituirá la garantía de calidad del servicio prestado al consumidor.

Esta garantía estará asegurada por la transferencia y el control del respeto. “saber hacer” y por la puesta a disposición del franquiciado de una gama homogénea de productos y / o servicios y / o tecnologías.

El Franquiciador se asegurará que el franquiciado, dé a conocer su naturaleza de empresario jurídicamente independiente, a través de una señalización adecuada.

**Obligación del Franquiciador:**

PlanTour Franquicias S.A. dedica esfuerzos a la promoción de su marca y a la innovación de los medios humanos y económicos que permitan asegurar el desarrollo y perennidad de su concepto.

**Los derechos sobre los signos distintivos:**

Esos derechos deberán tener una duración al menos igual a la duración del contrato.

### **La imagen de marca**

PlanTour Franquicias S.A. garantiza al franquiciado el uso de los símbolos puestos a su disposición. Sobre todo garantiza la validez de sus derechos sobre la marca o marcas cuyo uso se concede por cualquier concepto al franquiciado. PlanTour Franquicias S.A. mantiene y desarrolla su imagen de marca.

PlanTour Franquicias S.A. vigila que el franquiciado cumpla las prescripciones de utilización de la marca y de los demás símbolos puestos contractualmente a su disposición, que se recogen en el manual de identidad corporativo. Al término del contrato, PlanTour Franquicias S.A. se asegurará de la no-utilización de los símbolos por parte del antiguo franquiciado.

En caso de exclusividad de la utilización de la marca en un territorio determinada, PlanTour Franquicias S.A. precisará las modalidades: objeto, alcance.

PlanTour Franquicias S.A. se asegurará, por todos los medios, de que la serie de productos y / o servicios y / o tecnologías que se ofrecen al consumidor sean totalmente conforme con la imagen de marca, mediante una cláusula de compras exclusivas para los casos que lo justifiquen y, en particular, cuando los productos lleven la marca de PlanTour Franquicias S.A.

### **Obligación de no divulgar el “saber hacer” por parte del franquiciado:**

A este respecto, el contrato podrá prever una cláusula de no-competitividad en el curso o al término del contrato, cuya duración, alcance y objeto se determinarán teniendo en cuenta el interés de la Red.

### **Las relaciones contractuales.**

PlanTour Franquicias S.A. y los franquiciados son conscientes de que colaboran en un sistema en el que están unidos sus intereses, tanto a corto como a largo plazo.

La flexibilidad del sistema y el sentido de las responsabilidades de cada uno han sido base del éxito de la Franquicia.

Las relaciones entre las partes deberán permitir, por tanto, seguir las evoluciones necesarias para mejorar el funcionamiento de la Red de Franquicia y la satisfacción del consumidor final.

PlanTour Franquicias S.A. establece en el contrato escrito, de forma completa y precisa, los derechos, obligaciones y responsabilidades de las partes.

El contrato refleja la estrategia de la Red de Franquicia. Indica los medios necesarios para conseguir la realización del concepto de Franquicia.

El contrato no impone a las partes interesadas restricciones que no sean necesarias para alcanzar los objetivos.

El equilibrio del contrato se apreciará de forma global en función del interés de la Red de Franquicia.

El marco contractual permite la expresión de un diálogo permanente y propicia las soluciones de conciliación.

### **Las condiciones de renovación**

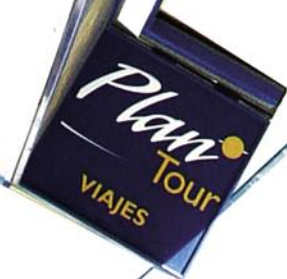
PlanTour Franquicias S.A. informará al franquiciado con un preaviso de 3 meses, su intención de no renovar su contrato antiguo expirado o de no firmar un nuevo contrato.

### **El cese de la relación de Franquicia**

PlanTour Franquicias S.A., que habrá indicado en el contrato las condiciones de retirada y / o de utilización de los materiales específicos de la Franquicia, no pretenderá por estas condiciones, penalizar al antiguo franquiciado, sino proteger la identidad y la reputación de la Red de Franquicia.

Información actualizada a marzo de 2006

Válida salvo error tipográfico.





**PLANTOUR** FRANQUICIA DE VIAJES

Gran Vía Asima, 1-A · 07009 Palma de Mallorca

Tel. 00 34 902 515 727

Fax 00 34 902 517 727

e-mail: [expansion@plantour.es](mailto:expansion@plantour.es)