

**COMPLEJIDAD Y PERFECCIONAMIENTO CONTRACTUAL  
PARA LA CONTENCIÓN DEL OPORTUNISMO EN LOS  
ACUERDOS DE FRANQUICIA**

**VANESA SOLÍS RODRÍGUEZ  
MANUEL GONZÁLEZ DÍAZ**

**FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS  
DOCUMENTO DE TRABAJO  
Nº 366/2008**

De conformidad con la base quinta de la convocatoria del Programa de Estímulo a la Investigación, este trabajo ha sido sometido a evaluación externa anónima de especialistas cualificados a fin de contrastar su nivel técnico.

La serie **DOCUMENTOS DE TRABAJO** incluye avances y resultados de investigaciones dentro de los programas de la Fundación de las Cajas de Ahorros.  
Las opiniones son responsabilidad de los autores.

# COMPLEJIDAD Y PERFECCIONAMIENTO CONTRATUAL PARA LA CONTENCIÓN DEL OPORTUNISMO EN LOS ACUERDOS DE FRANQUICIA

**Autores:** Vanesa Solís Rodríguez y Manuel González Díaz

**Direcciones:**

Vanesa Solís Rodríguez

Universidad de León

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Campus de Vegazana s/n

24071 León

Teléfono: 987291000 Ext. 5458

Fax: 987291454

E-mail: [vanesasolis@unileon.es](mailto:vanesasolis@unileon.es)

Manuel González Díaz

Universidad de Oviedo

Facultad de CC. Económicas y Empresariales

Avenida del Cristo s/n

33071 Oviedo

Teléfono: 985102807

Fax: 985103708

# COMPLEJIDAD Y PERFECCIONAMIENTO CONTRATUAL PARA LA CONTENCIÓN DEL OPORTUNISMO EN LOS ACUERDOS DE FRANQUICIA

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar la complejidad contractual de las cadenas de franquicia españolas. En concreto, estudiar si las cadenas de franquicias se diferencian en función de la complejidad y del perfeccionamiento de los contratos para, posteriormente, analizar qué factores influyen en el grado de complejidad. Para ello, se han tomado como muestra 64 contratos pertenecientes a distintas cadenas de franquicias operativas en España. Los resultados obtenidos muestran, por una parte, la existencia de dos tipologías de contratos de acuerdo a su grado de complejidad y, por otra, que *i)* cuanto mayores son las inversiones específicas a la relación, *ii)* mayor es la experiencia de la cadena en el mercado y *iii)* más importante es el esfuerzo del responsable del establecimiento para el éxito del negocio más complejos son los contratos elaborados por los franquiciadores. Por el contrario, la reputación del franquiciador no parece afectar al grado de detalle con que se establece el contrato.

## Palabras clave:

Franquicia; Contratos; Complejidad

# COMPLEJIDAD Y PERFECCIONAMIENTO CONTRATUAL PARA LA CONTENCIÓN DEL OPORTUNISMO EN LOS ACUERDOS DE FRANQUICIA

## 1. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha escrito sobre las salvaguardias individuales empleadas para evitar los riesgos de las relaciones interempresa, y particularmente en el caso de los acuerdos de franquicia<sup>1</sup>. Se ha estudiado la importancia de la reputación del franquiciador (Arruñada *et al.*, 2001), de establecer una duración adecuada (Brickley *et al.*, 2006), un royalty y canon apropiados (Blair y Kaserman, 1982, Lafontaine, 1992, Vázquez, 2005) e, incluso, la idea de utilizar la estructura de propiedad para atenuar el oportunismo (Brickley y Dark, 1987; Lafontaine, 1992, Lafontaine y Slade, 2001).

Sin embargo, apenas existen trabajos destinados a estudiar el grado de detalle con que las partes especifican en el contrato las contingencias que consideran relevantes y la forma de actuación ante ellas. El número y rigurosidad de estas cláusulas es lo que define la “complejidad” de los contratos (Reuer y Ariño, 2003). Aunque esta cuestión ya ha sido estudiada en otro tipo de acuerdos de cooperación o alianzas<sup>2</sup>, no se ha estudiado en los contratos de franquicia, donde sí que se han identificado diversos comportamientos oportunistas. A diferencia de otros trabajos, más que buscar relacionar un problema con una cláusula concreta, buscamos relacionar un problema de oportunismo con el número y detalle de las cláusulas introducidas en el contrato (complejidad).

El objetivo de este trabajo es, por tanto, analizar la complejidad del contrato que gobierna o estructura la relación entre franquiciado y franquiciador. En concreto, se busca determinar, en primer lugar, si existen diferencias entre los contratos que introducen las distintas cadenas y, en segundo lugar, qué factores influyen en que dicha complejidad sea mayor o menor.

El resto del artículo se estructura como sigue. Tras esta introducción, en la segunda sección, se discuten los aspectos teóricos de la complejidad contractual y los factores que determinan su intensidad. En la tercera sección se describe el proceso de obtención de datos, las fuentes de información utilizadas y los modelos econométricos empleados. Finalmente, los resultados y conclusiones del trabajo son recogidas, respectivamente, en las secciones cuarta y quinta.

---

<sup>1</sup> Quizá un buen resumen se pueda encontrar en Blair y Lafontaine (2005).

<sup>2</sup> Ver, entre otros, Parkhe (1993), Deeds y Hill (1998), Poppo y Zenger (2002), Luo (2002), Reuer y Ariño (2002, 2003, 2007), Ryal y Sampson (2003) o Reuer *et al.* (2006).

## 2. REVISIÓN TEÓRICA

La franquicia es un acuerdo entre dos empresas legalmente independientes<sup>3</sup>, el franquiciador y el franquiciado<sup>4</sup>. El franquiciador es una entidad que ha desarrollado un concepto de negocio y que acuerda con el franquiciado la explotación del mismo. De esta manera, el primero concede al segundo el derecho a utilizar su marca y su modelo de negocio durante un tiempo determinado, a cambio de lo cual el franquiciado paga un canon de entrada y unos royalties. Dada la trascendencia económica de estas operaciones, pueden surgir comportamientos oportunistas, tanto por parte del franquiciado como del franquiciador.

En relación al primero, la retribución del franquiciado con la renta residual de su establecimiento genera incentivos de elevada potencia que le pueden llevar a tratar de maximizar sus propios resultados, aún a costa de los resultados de toda la cadena, por ejemplo, ofreciendo productos de una menor calidad. El motivo de este comportamiento es que el coste del mismo no va a ser soportado única y exclusivamente por él, sino que, mayoritariamente, va a ser soportado por el resto de las unidades de la cadena, en términos de pérdida de clientes, y por el franquiciador, en términos de pérdida futura de valor de la marca<sup>5</sup>. En definitiva, estamos ante un problema de *free-riding* (oportunismo o acción colectiva) por parte del franquiciado.

Pero, por otra parte, también podemos encontrarnos con problemas de *free-riding* por parte del franquiciador (Rubin, 1978; Lal, 1990; Lafontaine, 1992). El éxito de una red de franquicias depende fundamentalmente de él, puesto que es el que proporciona imagen de marca y se encarga de que el valor de la misma se mantenga y aumente con el paso del tiempo (Perales y Vázquez, 2003). Para ello, centraliza las acciones promocionales de sus productos y/o servicios, actualiza los conocimientos necesarios para la gestión del negocio (López y Ventura, 2002) y forma, entrena y asiste a los establecimientos con el fin de mantener la uniformidad en la cadena. Sin embargo, el franquiciador no se beneficia totalmente de su esfuerzo al haber cedido un determinado porcentaje de establecimientos en franquicia. Asume, por tanto, la totalidad de los costes y sólo una parte de los resultados. Esto puede llevarle a un desentendimiento de sus obligaciones, tratando de obtener el máximo beneficio a

---

<sup>3</sup> Si bien son empresas jurídicamente independientes, la dependencia económica entre ellas es tan fuerte que el acuerdo se asemeja a una relación laboral (Rubin, 1978; Mathewson y Winter, 1985; Hadfield, 1990).

<sup>4</sup> Han sido numerosos los autores que han tratado de definir el concepto de franquicia de la forma más correcta posible. Una recopilación de las más importantes pueden encontrarse en Stanworth y Curran (1999).

<sup>5</sup> Este argumento es desarrollado por Brickley y Dark (1987) y Williamson (1989) y analizado de forma analítica por Blair y Kaserman (1994) y Nault y Dexter (1994).

corto plazo a través de los royalties y cánones cobrados a los franquiciados y dejando que la cadena y la marca pierdan totalmente su valor. Desde el punto de vista de un franquiciado, éste es un importante problema puesto que si esa situación pasase, también él perdería buena parte de su inversión.

La firma de un contrato entre ambas partes es una solución frecuente para este tipo de situaciones. En términos generales, un contrato recoge los roles y las responsabilidades de cada una de las partes, la localización de los derechos de control y de decisión, la planificación de cómo se debe actuar ante la presencia de determinadas contingencias, cómo se comunicarán las partes entre sí y cómo se resolverán las disputas (Argyres y Mayer, 2004). De esta manera, hablaremos de que un contrato es completo cuando sea capaz de recoger todas las cuestiones relevantes para la relación y, además, sea capaz de anticipar contingencias futuras y la manera de resolverlas (Luo, 2002, pp. 904-905). Aunque los contratos completos no existan porque siempre puede acontecer algo que ninguna parte había anticipado, sí que es cierto que las partes se preocupan de resolver todas aquellas contingencias posibles. Por lo tanto, cabe pensar que cuanto más cerca de un contrato completo estemos, más cláusulas y detalles tendrá recogidos el mismo para que no exista duda sobre la forma de actuación y se atenúe el interés por el oportunismo.

Las cláusulas establecidas en los contratos de franquicia persiguen, por tanto, tres objetivos: *a)* incentivar el esfuerzo y dedicación del franquiciado a la gestión de su establecimiento (Rubin, 1978); *b)* limitar la habilidad de este último para imponer externalidades negativas sobre el resto de los franquiciados o sobre la cadena (Lafontaine y Rayaud, 2002); y *c)* incentivar al franquiciador a realizar aquellas actividades necesarias para mantener el valor de la marca (Bercovitz, 2000). El primero de los objetivos se lograría a través del derecho del franquiciado a percibir la renta residual de su establecimiento; el segundo a través del *self enforcement*, es decir, a través de mecanismos autoexigibles, tales como la retribución con rentas económicas al franquiciado, que perdería si fuese expulsado de la cadena al ser descubierto su comportamiento oportunista; y el tercero mediante la compensación que reciba el franquiciador por el desarrollo de dichas actividades.

La literatura y la evidencia empírica sobre los contratos de franquicia se han centrado, mayoritariamente, en analizar cláusulas concretas, con el objetivo de explicar cómo permiten alcanzar los objetivos anteriores. Sin duda, las más estudiadas han sido las relativas a las condiciones financieras (para un análisis teórico, ver Blair y Kaserman, 1982; Charnes *at al.*, 1992; Lal, 1990, Mathewson y Winter, 1985; para un análisis empírico, ver Lafontaine, 1992,

1993; Sen, 1993; Vázquez, 2005). Éstas suelen estar formadas por un canon de entrada, que es una cantidad fija pagada al inicio de la relación, más unas comisiones periódicas, las cuales constan de dos partes: el royalty de funcionamiento y el canon de publicidad, siendo lo habitual que estas comisiones sean establecidas como un porcentaje sobre las ventas del franquiciado (Caves y Murphy, 1976; Rubin, 1978)<sup>6</sup>. La inversión del franquiciado y su retribución variable y vinculada a la renta residual del negocio crea un sistema de incentivos que favorece el logro de los tres objetivos anteriores.

Paralelamente se han estudiado otras cláusulas que también atenúan los comportamientos oportunistas de las partes. Así, por ejemplo, Dnes (1993) se centra en las cláusulas relativas a la no competencia, cláusulas vinculadas (*tie-in clauses*) y en aquéllas que gobiernan la transferencia de los activos del franquiciado en el momento de terminación del contrato, llegando a la conclusión de que protegen a franquiciador y franquiciado del potencial comportamiento oportunista de la otra parte. Por su parte, Brickley (1999) se fija en las cláusulas relativas a la dirección y dedicación al negocio<sup>7</sup> y a la exclusividad territorial, vinculándolas con el riesgo de oportunismo (*free-riding*) por parte del franquiciado. Lafontaine y Raynaud (2002) estudian las cláusulas relativas a la contabilidad y a la información periódica sobre las ventas que debe poner el franquiciado a disposición del franquiciador, la forma y frecuencia con la que la información anterior tiene que transmitirse al franquiciador, las inspecciones que este último tiene derecho a realizar en el establecimiento del primero y la posibilidad del franquiciado de ceder los derechos y obligaciones derivados del contrato de franquicia, relacionándolas con el riesgo de oportunismo (*shirking*) del franquiciado. Finalmente, la duración del contrato de franquicia, así como la posibilidad de renovación del mismo afectan al conjunto de rentas que el franquiciado espera obtener de la relación (Brickley *et al.*, 2006)<sup>8</sup>.

Sin embargo, una cuestión que no ha sido abordada en el campo de las franquicias ha sido la complejidad y perfeccionamiento de los contratos, entendiendo ésta como aquella característica del diseño contractual que refleja el número y rigurosidad de las cláusulas empleadas (Reuer y Ariño, 2003). Esta cuestión, que ha sido ya estudiada en otro tipo de

---

<sup>6</sup> El motivo de que estas comisiones sean un porcentaje sobre las ventas y no sobre los beneficios es que estos últimos son más difíciles de controlar por parte del franquiciador, de tal manera que el franquiciado puede alterar la cifra de beneficios alterando la cantidad de costes (Rubin, 1978).

<sup>7</sup> Si es obligatorio que el franquiciado dirija personalmente el negocio o puede delegar en un director, y si tiene que estar o no a tiempo completo.

<sup>8</sup> Además de los señalados, ver también el trabajo de Bercovitz (2000).



acuerdos de cooperación o alianzas<sup>9</sup>, es relevante porque mientras que el análisis de una cláusula concreta nos permite sacar conclusiones acerca del problema concreto que permite solucionar, el análisis del contrato en su conjunto nos puede ayudar a comprender cómo actúan conjuntamente dichas cláusulas.

## **2.1. Factores determinantes de la complejidad contractual**

La hipótesis principal es que cuanto mayor sea la probabilidad de oportunismo por las partes, mayor será el número de salvaguardias contractuales y, por tanto, más complejo será el contrato (Macneil, 1978; Heide, 1994; Ariño y Reuer, 2005). Es necesario, por tanto, establecer en qué situaciones es más probable que exista oportunismo para determinar si esto afecta o no a la complejidad del contrato.

### *Inversiones en activos específicos*

Se entiende por activos específicos aquellos recursos que no pueden ser fácilmente empleados para otros usos, de tal manera que su valor actual siempre es superior al valor que pueda tener en cualquier uso alternativo. En el ámbito de la franquicia, tanto franquiciador como franquiciado realizan inversiones específicas. Así, el franquiciado, además de pagar un canon de entrada y unos royalties al franquiciador, realiza otra serie de inversiones para poder poner en marcha el negocio, tales como compra o arrendamiento del establecimiento, diseño y decoración del mismo, compra de maquinaria, formación de trabajadores, etc. Por su parte, el franquiciador está obligado a proporcionar al franquiciado una formación y una asistencia, e incluso asesoramiento en cuanto a la selección y ubicación del establecimiento, a la contratación de trabajadores, etc. Bajo estas circunstancias, la identidad del socio y la continuidad de la relación es especialmente importante (Klein *et al.*, 1978; Williamson, 1979), puesto que, por una parte, tanto franquiciador como franquiciado pueden estar especialmente incentivados a tener comportamientos oportunistas para apropiarse de las rentas generadas por esos activos específicos y, por otra, porque en caso de terminación de la relación contractual, la mayoría de esas inversiones no van a poder ser recuperadas.

En consecuencia, ante la presencia de activos específicos lo más adecuado será diseñar contratos más complejos (Joskow, 1988) que cubran las consecuencias derivadas de la

---

<sup>9</sup> Ver, entre otros, Parkhe (1993), Deeds y Hill (1998), Poppo y Zenger (2002), Luo (2002), Reuer y Ariño (2002, 2003, 2007), Ryal y Sampson (2003) o Reuer *et al.* (2006).

terminación del mismo, así como de los comportamientos oportunistas (Dyer, 1997; Poppo y Zenger, 2002). Por lo tanto, se podría establecer la siguiente hipótesis:

*H1: La complejidad de los contratos de franquicia está directamente relacionada con la especificidad de los activos.*

### *Experiencia*

La experiencia que tenga el franquiciador en el mundo de la franquicia también puede influir en la complejidad del contrato. Así, a medida que dicha experiencia es mayor el franquiciador va aprendiendo de los errores pasados, de tal manera que cuestiones (contingencias) que en un principio no consideraba importantes de cara a reflejarlas en el contrato, posiblemente por ignorancia, y que le creaban problemas, va introduciéndolas en la redacción de los nuevos contratos. En consecuencia, cuanta mayor sea la experiencia de la cadena diseñará contratos más sofisticados y, por tanto, más complejos. Por lo tanto, la hipótesis a establecer sería la siguiente:

*H2: La complejidad de los contratos de franquicia está directamente relacionada con la experiencia de la cadena.*

### *Reputación*

Si un franquiciador ha desarrollado una importante red durante varios años, su imagen entre los potenciales franquiciados va a ser muy buena, de tal manera que la mayoría de ellos van a estar dispuestos a incorporarse a la red como tales, puesto que saben que se van a introducir en un negocio probado extensamente y que el franquiciador tiene mucho capital reputacional que perder en caso de incumplimiento (Arruñada *et al.*, 2001). En consecuencia, bajo estas circunstancias, ante la firma del contrato, estos potenciales franquiciados no van a exigir al franquiciador un contrato excesivamente detallado, puesto que son conscientes de que la probabilidad de comportamientos oportunistas por parte del franquiciador es muy pequeña. En este caso, la hipótesis se podría formular como:

*H3: La complejidad de los contratos de franquicia está inversamente relacionada con la reputación del franquiciador en el mercado.*

### *Importancia del esfuerzo del responsable del establecimiento*

Una de las principales diferencias entre los establecimientos propios y los franquiciados es que los incentivos de los franquiciados son mucho más fuertes que los de los gerentes de los establecimientos propios (Lewin-Solomons, 1998; Perales y Vázquez, 2003). Esto es debido a que, al ser los propietarios de los establecimientos que dirigen, tendrán una mayor preocupación por maximizar la renta residual (Caves y Murphy, 1976; Mathewson y Winter, 1985; Brickley y Dark, 1987; Norton, 1988). Teniendo en cuenta lo anterior, cuanto más necesario sea el esfuerzo del franquiciado para el éxito de su establecimiento más incentivos es necesario otorgarle, lo que se traduce en la necesidad de recoger en el contrato un mayor número de cláusulas que, por una parte, lo incentiven a esforzarse en el desarrollo de su actividad y que, por otra parte, lo desincentiven a generar problemas de *free-rider*. Por lo tanto, en este caso, la hipótesis es la siguiente:

*H4: La complejidad de los contratos de franquicia está directamente relacionada con la importancia del esfuerzo del responsable del establecimiento.*

## **3. METODOLOGÍA**

### **3.1. Obtención de datos**

Con el objetivo de contrastar las hipótesis planteadas, entre marzo de 2006 y marzo de 2007, nos pusimos en contacto, tanto telefónico como por correo electrónico, con 790 cadenas de franquicia españolas que se encontraban operando en nuestro país entre 1996 y 2005, solicitándoles información sobre su enseña, entre ella el contrato de franquicia. De todos ellos, recibimos respuesta de 254 franquiciadores, de los cuales 74 nos mandaron información sobre el contrato de franquicia, bien de forma resumida, bien el precontrato o el contrato.

Puesto que nuestro objetivo es analizar la complejidad de los contratos de franquicia, fueron eliminados de la base los dos primeros, de tal manera que la muestra final quedó integrada por 64 contratos de franquicia, todos ellos pertenecientes a empresas que se encuentran operando actualmente en España. La Tabla 1 recoge la distribución de las observaciones de la muestra

por sector de actividad, mientras que la Tabla 2 presenta una descripción de las principales cláusulas recogidas en los mismos<sup>10</sup>.

**Tabla 1 Distribución de la muestra de contratos de franquicia**

Sector	Número	% de la muestra	Sector	Número	% de la muestra
Agencias inmobiliarias	2	3,13	Peluquería	2	3,13
Alimentación	2	3,13	Publicidad-Promociones-Comunicación	1	1,56
Arreglos de ropa	2	3,13	Reciclaje-Consumibles	3	4,69
Belleza y cuidado personal	1	1,56	Seguros	1	1,56
Comunicación-Internet-Telefonía	1	1,56	Servicios de automóviles	3	4,69
Consultoría	1	1,56	Servicio especializado	6	9,38
Dietética-Herboristería-Parafarmacia	2	3,13	Servicio financiero	1	1,56
Enseñanza	1	1,56	Textil y complementos	9	14,06
Hostelería y restauración	11	17,19	Tienda especializada	2	3,13
Fotografía	2	3,13	Vending	2	3,13
Imprenta-Rotulación	2	3,13	Viajes	3	4,69
Informática	3	4,69	Total	64	100
Óptica	1	1,56			

Del análisis de la Tabla 2 se pueden destacar las siguientes cuestiones. En primer lugar, que la única cláusula que aparece en la totalidad de los contratos analizados es la referente a la duración y renovación del mismo, algo lógico, puesto que se trata de una de las cláusulas más importantes de los contratos de franquicia (Tractenberg *et al.*, 2004). Además, en un 86% de los casos, se establece la posibilidad de que el franquiciado pueda renovar el contrato, siempre que haya cumplido con todas sus obligaciones, lo cual sirve de incentivo al franquiciado, puesto que le permite disponer de más tiempo para recuperar las inversiones realizadas<sup>11</sup>.

Por otra parte, en un 95% de los casos analizados, se establece la necesidad de que el franquiciado obtenga la autorización expresa del franquiciador para poder ceder los derechos y obligaciones derivados del contrato de franquicia. Esto también es algo lógico, puesto que, como se establece en los mismos, el contrato se otorga con carácter *intuitu personae*, es decir, atendiendo a las características personales, económicas y patrimoniales del franquiciado. Sin embargo, esto contrasta con que en sólo un 11% de los contratos analizados se hace referencia a quién debe de dirigir el negocio<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> En el Anexo I aparecen recogidas todas las cláusulas que fueron identificadas en los contratos de franquicia analizados.

<sup>11</sup> FRANDATA Corporation (2000) y Brickley *et al.* (2006) establecen que el 91% de los contratos de franquicia en EEUU incluyen la posibilidad de renovación, porcentaje similar al obtenido para el caso español.

<sup>12</sup> En una reciente encuesta, sólo el 23% de las cadenas españolas considera “imprescindible” que el franquiciado esté personalmente al frente del negocio (Sánchez 2006, p. 102).

**Tabla 2: Cláusulas contractuales**

Cláusulas	% contratos	Comentarios
Objeto del contrato	91	Finalidad del contrato de franquicia.
Independencia de las partes	83	No creación de vínculo laboral entre franquiciador y franquiciado. El franquiciado es el único responsable de su negocio.
Canon de entrada	74	Contraprestación a la licencia concedida, utilización de signos distintivos, transferencia de tecnología, <i>know how</i> , etc.
Royalty	65	Pago periódico por la concesión de la franquicia.
Canon de publicidad	43	Pago periódico para actividades de promoción.
Dirección del negocio	11	Obligación del franquiciado de dirigir personal el negocio y tiempo de dedicación al mismo.
Cesión	95	Por parte del franquiciado. Se necesita el consentimiento del franquiciador.
	32	Por parte del franquiciador.
Entrenamiento y asistencia	82	Formación inicial del franquiciador al franquiciado.
	54	Obligación del franquiciado aprovechar la formación que da el franquiciador.
	80	Asistencia técnica del franquiciador.
Inspecciones	86	Obligación del franquiciado de permitir la entrada del franquiciador y/o obligación del franquiciador de realizar visitas periódicas de control.
Registro contable	71	Derecho del franquiciador de inspeccionar los datos, entrega de documentación periódica.
No competencia	72	Durante la duración del contrato. No ejercer actividades competidoras ni adquirir participaciones en el capital de otras empresas competidoras.
	50	Postcontractual. Periodo limitado.
Confidencialidad	77	Durante la duración del contrato
	42	Postcontractual. Indefinidamente.
Herencia	40	Cesión de la franquicia en caso de fallecimiento del franquiciado.
Marcas	89	Obligaciones del franquiciado en cuanto al uso de las marcas del franquiciador.
	74	Obligación del franquiciador de autorizar el uso de la marca al franquiciado.
Publicidad	69	Franquiciado. Aprobación por parte del franquiciador de las campañas.
	63	Franquiciador. Obligación de realizar promociones periódicas para la cadena.
Precios de venta	49	Franquiciado. Tener en cuenta precios establecidos por el franquiciador.
Territorio	33	El franquiciado no puede realizar ventas activas fuera de su zona de exclusividad.
	80	El franquiciador tiene que respetar la zona de exclusividad del franquiciado.
Establecimiento	94	El franquiciado tiene que adecuar el establecimiento a los requerimientos del franquiciador.
	84	Ámbito exclusivo de actuación: su establecimiento.
	49	Asesoramiento del franquiciador en cuanto a selección y ubicación del establecimiento.
Método	88	Cumplimiento del método del franquiciador.
Suministro	78	Suministro exclusivo a través del franquiciador y/o proveedores homologados o posibilidad de contratar con otros proveedores.
	11	Nivel mínimo de compras a la central.
Oferta	88	Oferta exclusiva de productos / servicios del franquiciador o posibilidad de ofertar otros con el consentimiento del franquiciador.
	15	Alcanzar objetivos comerciales.
	14	Traspaso de clientes entre franquiciados.

**Tabla 2: Cláusulas contractuales (continuación)**

Horarios	45	Seguir indicaciones del franquiciador.
Arbitraje / Fuero	95	Fuero y/o arbitraje.
Contratación de empleados	55	Obligaciones del franquiciado: cumplir requisitos legales y de titulación, seguir indicaciones del franquiciador, etc.
	22	Obligaciones del franquiciador: asesoramiento en la selección del personal y consentimiento.
Obligaciones postcontractuales	88	No uso del método y eliminación de elementos que recuerden al franquiciador.
	72	Entrega al franquiciador de elementos (manuales, etc.).
	31	Derecho de opción del franquiciador sobre establecimiento y/o inventarios.
	38	Cese de actividad / comunicación.
	54	Pago de las cantidades debidas.
Avales bancarios	34	Garantía para el pago de los suministros.
Inicio actividad	55	Se establece plazo máximo desde la firma del contrato.
Duración	100	Duración del contrato y posibilidad de renovación.
Causas resolución	97	Derechos del franquiciador y franquiciado a rescindir el contrato.
Otras cláusulas	23	No derecho a indemnización por fondo de comercio.
	40	Sustituye a cualquier acuerdo precedente.
	38	Modificación del contrato.
	58	Comunicación entre las partes.
	43	Nulidad de las cláusulas.
Ley aplicable	37	Ley española y de la Unión Europea.

Otras cláusulas empleadas en la mayoría de los contratos de franquicia son las referentes a la adecuación del establecimiento (94%), al uso de la marca (89%), al uso del método (88%), a la oferta de productos (88%) y al suministro de los mismos (78%). Todas ellas establecen obligaciones que debe cumplir el franquiciado para poder entrar a formar parte de la red del franquiciador y, básicamente, señalan que el franquiciado debe decorar el establecimiento de acuerdo con las instrucciones del franquiciador, que no adquiere ningún derecho ni sobre la marca ni sobre el *know how* que le es cedido, debiendo utilizarlos únicamente en el establecimiento franquiciado y para el desarrollo de la actividad de franquicia, y que debe suministrarse y vender exclusivamente los productos del franquiciador y/o de proveedores homologados por el mismo<sup>13</sup>. Por lo tanto, son las cláusulas que establecen obligaciones del franquiciado las mayoritarias en los contratos de franquicia. De hecho, las obligaciones del franquiciador se limitan prácticamente a otorgar al franquiciado entrenamiento (82%), asistencia (80%) y una zona de exclusividad territorial (80%).

A esta misma conclusión se puede llegar a través del análisis de las cláusulas relativas a la resolución del contrato y a las obligaciones postcontractuales de las partes. Así, en la totalidad de los contratos analizados, el franquiciador tiene el derecho de rescindir el contrato, y el

<sup>13</sup> Salvo consentimiento expreso del franquiciador.

franquiciado debe poner de manifiesto que está de acuerdo con que la violación de cualquiera de las obligaciones recogidas en el contrato es causa de resolución del mismo. Sin embargo, el franquiciado tiene alguna posibilidad de rescindir el contrato en el 80% de los casos. Una vez terminada la relación contractual, las obligaciones siguen siendo del franquiciado: debe mantener la confidencialidad, no puede desarrollar actividades que entren en competencia con el franquiciador, debe cesar en el uso de cualquier elemento que pueda llevar a confusión, así como notificarlo a todos aquellos terceros a los que les pueda afectar y, por su parte, el franquiciador tiene la opción de recomprar el establecimiento y/o los inventarios.

Finalmente, se observa que en un 95% de los contratos se hace referencia al medio utilizado por las partes para resolver cualquier controversia o litigio derivados de la relación de franquicia, siendo las opciones empleadas el fuero y/o el arbitraje.

### 3.2. Descripción del modelo y variables

A la hora de analizar la complejidad de los contratos, se busca responder a dos preguntas:

- 1- ¿Se pueden diferenciar grupos de empresas en función de la complejidad de sus contratos?
- 2- ¿Qué factores influyen en que la complejidad de los contratos de franquicia sea mayor o menor?

Para responder a la primera pregunta, la técnica empleada ha sido un análisis cluster y, más concretamente, el análisis de conglomerados en dos fases, el cual determina automáticamente el número óptimo de conglomerados para un conjunto de datos determinado, utilizando como criterio de conglomeración el Criterio de Información Bayesiano (BIC). Puesto que el objetivo es determinar si existen o no grupos de franquicias en función de la complejidad de sus contratos, las variables de agrupación empleadas han sido tres: número de cláusulas, número de hojas y número de palabras del contrato<sup>14</sup>.

Por su parte, para el análisis de los factores determinantes de la complejidad de los contratos, el modelo empírico empleado ha sido una regresión múltiple, cuya estructura es la siguiente:

$$\begin{aligned} \text{Complejidadcontractual} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Especificidad} + \beta_2 \text{Experiencia} + \\ & + \beta_3 \text{reputación} + \beta_4 \text{Esfuerzo} + \varepsilon \end{aligned}$$

---

<sup>14</sup> La primera de las variables ha sido empleada por autores como Parkhe (1993), Poppo y Zenger (2002), Reuer y Ariño (2002) o Reuer y Ariño (2007), mientras que la segunda ha sido empleada por Poppo y Zenger (2002).

La variable dependiente a emplear en este caso es el número de cláusulas que tienen los contratos de franquicia, puesto que consideramos que es la variable más adecuada para medir la complejidad de los mismos. Por su parte, las variables independientes por las que se aproximan los factores determinantes de la complejidad contractual son las siguientes. En primer lugar, con el objetivo de estimar la especificidad de los activos (H1), han sido empleadas dos variables: CANON, que es el canon de entrada que tiene que pagar el franquiciado para poder entrar a formar parte de la cadena, e INVINI, que es la inversión inicial que debe realizar un individuo para poder abrir un establecimiento de una determinada cadena y convertirse, de esa manera, en franquiciado de la misma. Ambas variables nos pueden dar una idea de las inversiones específicas a la relación que efectúan franquiciado y franquiciador, de tal manera que cuanto mayor sea su valor, de acuerdo con nuestra hipótesis, más complejo será el contrato de franquicia<sup>15</sup>.

Para estimar la experiencia de la cadena (H2), ha sido empleada la variable ANTG, que recoge el número de años que llevan las diferentes cadenas franquiciando en España. Cabe esperar que cuanto mayor sea la experiencia del franquiciador más aprende de los errores cometidos en el pasado, de tal manera que mayor va a ser la complejidad de los contratos.

Para evaluar la reputación del franquiciador en el mercado (H3), ha sido empleada la variable EST, que es el número total de establecimientos que posee cada cadena, tanto en España como en el extranjero. Consideramos que cuanto mayor sea el valor de esta variable menos complejo será el contrato elaborado por el franquiciador, puesto que los franquiciados son conscientes de que es precisamente el franquiciador la parte que más perdería en caso de incumplimiento al verse deteriorada su reputación como franquiciador.

Finalmente, para estimar la importancia del esfuerzo del responsable del establecimiento (H4) se ha empleado la variable PMIN, que es la población mínima exigida por la cadena que debe tener un determinado núcleo urbano para que un franquiciado pueda ubicar su establecimiento en dicha zona. El argumento es que serán las cadenas que ofrecen productos o servicios más especializados las que exigirán una mayor población mínima, puesto que la demanda de los mismos es escasa y tienen que amortizar la inversión realizada. Por tanto, sólo un porcentaje pequeño de la población está interesado en el producto, con lo que cada cliente es muy importante para el negocio y el responsable del establecimiento tiene que realizar un mayor

---

<sup>15</sup> El canon de entrada es una inversión específica a la relación, aunque no la única, y, evidentemente, no toda la inversión que realiza el franquiciado es específica. No obstante, ambas medidas nos permiten aproximar el valor de los activos intangibles cedidos por el franquiciador.



esfuerzo en buscarlo, atraerlo y retenerlo. En este caso, cuando mayor sea el valor de esta variable mayor será la complejidad del contrato de franquicia. Los estadísticos descriptivos de todas estas variables aparecen recogidos en la Tabla 3.

**Tabla 3: Estadísticos descriptivos**

Variable	Media	Desv. Std.	Mín.	Máx.	N
CLÁUSULAS	60,484	19,933	13,000	103,000	64
CANON	10492,070	9031,827	0,000	31250,000	63
INVINI	80384,050	86782,300	3000,000	450000,000	64
ANTG	8,531	6,115	1,000	26,000	64
EST	89,297	110,975	4,000	464,000	64
PMIN	31701,750	25613,870	0,000	100000,000	57

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Identificación de grupos en función de la complejidad

Los resultados obtenidos a través del análisis de conglomerados en dos fases, utilizando el programa estadístico SPSS, aparecen recogidos en la Tabla 4, mientras que la Tabla 5 recoge los perfiles de los grupos obtenidos.

**Tabla 4: Distribución de conglomerados**

		N	% de combinados
<b>Conglomerado</b>	1	31	48,4%
	2	33	51,6%
	Combinados	64	100,0%
<b>Total</b>		64	

**Tabla 5: Perfiles de los conglomerados**

		Conglomerado		
		1	2	Combinados
<b>Hojas</b>	Media	9,23	26,61	18,19
	Desv. típica	4,096	9,698	11,507
<b>Palabras</b>	Media	2932,87	9199,48	6164,09
	Desv. típica	1359,000	3247,740	4025,021
<b>Cláusulas</b>	Media	44,77	75,24	60,48
	Desv. típica	14,534	10,977	19,933

Como se puede observar, los análisis realizados nos permiten identificar la existencia de dos grupos de cadenas de franquicia, los cuales hemos denominado “Cadenas con contratos simples (implícitos o abiertos)” (conglomerado 1) y “Cadenas con contratos complejos

(explícitos o formalizados)” (conglomerado 2). El contrato del primer grupo se caracteriza por tener una media de 9 hojas, 2.900 palabras y 45 cláusulas, mientras que el del segundo grupo tiene una media de 27 hojas, 9.200 palabras y 75 cláusulas. Por lo tanto, las diferencias existentes entre los grupos son considerables teniendo en cuenta cualquiera de las tres variables<sup>16</sup>.

Si analizamos en mayor profundidad los dos grupos identificados, pueden extraerse importantes diferencias entre los mismos. Así, en primer lugar, si nos centramos en las condiciones financieras, las cadenas pertenecientes al primer cluster exigen una media de 6.300 euros de canon de entrada y una inversión inicial de 51.500 euros, mientras que las del segundo cluster exigen cantidades superiores, 9.000 y 99.000 euros, respectivamente. Por lo tanto, son las cadenas que exigen un mayor desembolso las que elaboran contratos más complejos, lo cual encajaría con la idea de la especificidad de los activos.

Por otra parte, también existen diferencias en cuanto a la experiencia. Son las cadenas pertenecientes al segundo de los conglomerados las que llevan un mayor número de años franquiciando su negocio, 9,64 años frente a 7,35 años, lo cual nos indica que cuanto mayor es la experiencia del franquiciador más complejo es el contrato de franquicia. Esto es algo lógico, puesto que, como fue señalado anteriormente, la experiencia permite al franquiciador tener un mejor conocimiento de su negocio y, por tanto, ir introduciendo nuevas cláusulas que permitan resolver problemas no considerados en el pasado.

Otra variable que permite establecer diferencias entre los clusters es el tamaño de las cadenas. Las empresas pertenecientes al primer grupo presentan un tamaño medio de 97 establecimientos, mientras que las del segundo grupo presentan una media de 92 establecimientos. Puesto que consideramos esta variable como una medida de la reputación de la empresa, de nuevo parece confirmarse el planteamiento teórico de que son las empresas que tienen una mejor reputación en el mercado las que elaboran contratos menos complejos, puesto que no lo necesitan. Los potenciales franquiciados saben que, en caso de comportamiento oportunista por parte del franquiciador, es este último el que más tiene que perder, por lo que no tendrán recelos a firmar un contrato poco elaborado.

Finalmente, si nos centramos en el análisis del tipo de cláusulas empleadas por cada uno de estos grupos, son las cláusulas relativas a las obligaciones del franquiciado las que marcan la

---

<sup>16</sup> Además, este análisis nos permite identificar qué variables de las empleadas son verdaderamente importantes a la hora de formar cada uno de los conglomerados. En nuestro caso, las tres variables empleadas son importantes para la formación de los cluster. Ver Anexo II.

diferencia (Tablas 6 y 7). Así, los contratos de las cadenas pertenecientes al primer grupo presentan una media de 6,68 cláusulas relativas a obligaciones del franquiciador y 14,71 cláusulas referentes a obligaciones del franquiciado, mientras que los contratos de las cadenas pertenecientes al segundo de los grupos presentan unas medias de 9,15 y 23,03 cláusulas, respectivamente. Más concretamente, se pueden observar diferencias especialmente importantes en relación a aquellas obligaciones del franquiciado que se consideran relevantes en la relación de franquicia. Así, por una parte, obligaciones como las relativas al cumplimiento del método, al uso de la marca o a la oferta están presentes en torno a un 75% de los contratos de las cadenas pertenecientes al primer conglomerado, mientras que estas mismas cláusulas se pueden observar en el 100% de los contratos elaborados por las cadenas pertenecientes al segundo conglomerado. Por otra parte, las cláusulas relativas a la obligación de mantener la confidencialidad y a la no realización de competencia aparecen recogidas en un 55% y 45%, respectivamente, de los contratos “menos complejos”, estando de nuevo presentes en la mayor parte de los “contratos simples”. Sin embargo, las mayores diferencias se observan en relación a cláusulas que no han sido prácticamente estudiadas, tales como las relativas a la publicidad, al inicio de la actividad, a la indicación de empresario independiente, al horario de atención al público o al aprovechamiento de la formación que imparta el franquiciador.

**Tabla 6: Obligaciones del franquiciado: comparación de conglomerados**

CLÁUSULAS	CLUSTER 1	CLUSTER 2
Adecuación del establecimiento	87%	100%
Cumplimiento del método	74%	100%
Uso de la marca	77%	100%
Exclusividad geográfica	83%	97%
Precios de venta	45%	55%
Publicidad	48%	91%
Confidencialidad	55%	97%
No competencia	45%	97%
Suministro	77%	82%
Oferta	74%	100%
Registro contable	55%	88%
Pólizas y seguros	55%	75%
Cesión del contrato	90%	100%
Inicio de actividad	32%	79%
Indicación empresa independiente	26%	88%
Inspección	74%	97%
Horario de atención al público	23%	67%
Aprovechamiento formación	26%	79%
Contratación	39%	70%

Por lo que respecta a las cláusulas relativas a las obligaciones del franquiciador, las mayores diferencias entre los dos grupos se observan en relación al asesoramiento sobre la ubicación y selección del establecimiento del franquiciado, la formación a impartir, tanto inicial como de actualización de conocimientos, y la promoción de la cadena en su conjunto.

En definitiva, parece lógico concluir que la principal diferencia entre ambos grupos de contratos se encuentra en que los “contratos complejos” incorporan un abanico más amplio de obligaciones que tiene que cumplir el franquiciado, buscando con ello tratar de evitar, en la medida de lo posible, comportamientos oportunistas de este último que pongan en peligro la imagen de la cadena.

**Tabla 7: Obligaciones del franquiciador: comparación de conglomerados**

CLÁUSULAS	CLUSTER 1	CLUSTER 2
Puesta a disposición de elementos	81%	100%
Asesoramiento establecimiento	32%	64%
Formación	65%	97%
Asistencia técnica	71%	87%
Exclusividad	74%	85%
Cesión franquicia	23%	42%
Publicidad	45%	82%

#### **4.2. Factores determinantes de la complejidad de los contratos**

La Tabla 8 recoge los resultados del modelo econométrico, obtenidos con el programa Stata 8.0. Como se puede observar, en la primera columna hemos considerado como medida de la complejidad de los contratos el canon de entrada, la antigüedad de la cadena y su tamaño. En la segunda columna hemos considerado la inversión inicial, en lugar del canon de entrada, como consecuencia de la elevada correlación que presentan entre sí. Y en la tercera columna hemos considerado la población mínima por el mismo motivo.

En primer lugar, cabe destacar que tanto los parámetros del canon de entrada, en la primera columna, como de la inversión inicial, en la segunda, son significativos y presentan el signo esperado. Puesto que estas variables aproximan la inversión en activos específicos que deben realizar franquiciador y franquiciado para poder firmar el acuerdo de franquicia, se apoya la primera de las hipótesis planteadas, es decir, cuanto mayor sea el valor de los activos específicos a la relación más complejo será el contrato de franquicia redactado por el franquiciador.

En segundo lugar, la variable encargada de medir la experiencia de la cadena, ANTG, presenta el signo esperado en todos los modelos, siendo además significativo. Esto apoya la hipótesis H2, de tal manera que cuantos más años lleve la cadena utilizando la fórmula de la franquicia como medio de expansión del negocio más complejo será también el contrato de franquicia.

Por su parte, la variable EST, encargada de medir el tamaño de la cadena, y en última instancia su reputación, aunque presenta el signo esperado en todos los modelos, no es significativa. Por lo tanto, se podría concluir que se trata de un factor que no es especialmente importante a la hora de determinar la complejidad de los contratos.

Finalmente, la variable PMIN es significativa y presenta el signo esperado. En la medida que esta variable pueda medir la importancia de cada cliente, este resultado apoya nuestra hipótesis H4, referente a la importancia del esfuerzo realizado por el responsable del establecimiento. En definitiva, se puede observar que estos resultados ratifican los obtenidos a través del análisis cluster recogido en el apartado anterior.

**Tabla 8: Factores determinantes de la complejidad**

Variable	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
CANON	0,001*** (3,48)		
INVINI		0,000*** (2,83)	
ANTG	1,268*** (3,18)	0,949** (2,22)	0,878* (1,95)
EST	-0,021 (-0,96)	-0,034 (-1,52)	-0,024 (-0,92)
PMIN			0,000** (2,60)
N	63	64	57
R <sup>2</sup> ajustado	0,248	0,207	0,195
F	7,82***	6,47***	5,52***

Nota: Estadístico *t* entre paréntesis \*\*\* \*\* \* = Significativo al 99%, 95% y 90% respectivamente.

## 5. CONCLUSIONES

Este trabajo tiene como objetivo analizar la complejidad de los contratos de franquicia. Más concretamente, se busca determinar, en primer lugar, si existen diferencias entre los contratos diseñados por las diferentes cadenas y, en segundo lugar, qué factores influyen en que la complejidad de los mismos sea mayor o menor. Aunque esta cuestión ya ha sido estudiada en otro tipo de acuerdos de cooperación o alianzas, no ha sido estudiada para el caso concreto de

los acuerdos de franquicia. Para ello, se han tomado como muestra 64 contratos pertenecientes a diferentes cadenas de franquicia operativas actualmente en España.

Los resultados obtenidos muestran, por una parte, la existencia de dos grupos de cadenas en función de la complejidad de sus contratos, a los cuales hemos denominado “cadenas con contratos simples” y “cadenas con contratos complejos”, siendo la principal diferencia entre ambos que los segundos incorporan un abanico más amplio de obligaciones del franquiciado, buscando con ello tratar de evitar comportamientos oportunistas de este último que pongan en peligro la imagen de la cadena. Por otra parte, se observa que *i)* cuanto mayores son las inversiones específicas a la relación, *ii)* mayor es la experiencia de la cadena en el mercado y *iii)* más importante es el esfuerzo del responsable del establecimiento para el éxito del negocio más complejos son los contratos elaborados por los franquiciadores. Por el contrario, la reputación del franquiciador no parece afectar al grado de detalle con que se diseña el contrato.

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

Argyres, N. y K. Mayer (2004): “Contract design capability and contract performance by high technology firms: Implications for the roles of managers, engineers and lawyers”, Documento de trabajo, Boston University School of Management.

Ariño, A. y J. Reuer (2005): Alliance contractual design, en *Handbook of Strategic Alliances*, pp. 149-167.

Arruñada, B., L. Garicano y L. Vázquez (2001): “Contractual allocation of decision rights and incentives: The case of automobile distribution”, *Journal of Law, Economics and Organization* 17, pp. 256-283.

Bercovitz, J. (2000): “An analysis of the contract provisions in business-format franchise agreements”, Mimeo, Fuqua School of Business, Duke University.

Blair, R. y D. Kaserman (1982): “Optimal franchising”, *Southern Economic Journal* 48, pp. 494-505.

Blair, R. y D. Kaserman (1994): “A note on incentive incompatibility under franchising”, *Review of Industrial Organization* 9, pp. 323-330.

Blair, R. D. y F. Lafontaine (2005): *The Economics of Franchising*, Cambridge University Press, Cambridge.

- Brickley, J. (1999): "Incentive conflicts and contractual restraints: Evidence from franchising", *Journal of Law and Economics* 37, pp. 745-774.
- Brickley, J. y F. Dark (1987): "The choice of organizational form: The case of franchising", *Journal of Financial Economics* 18, pp. 401-420.
- Brickley, J., S. Misra y L. Van Horn (2006): "Contract duration: Evidence from franchising", *Journal of Law and Economics* 49, pp. 173-196.
- Caves, R. y W. Murphy (1976): "Franchising: Firms, markets and intangible assets", *Southern Economic Journal* 42, pp. 572-586.
- Charnes, A., Z. Huang y V. Mahajan (1992): "Franchising coordination with brand name considerations", Documento de trabajo, University of Texas at Austin.
- Deeds, D y C. Hill (1998): "An examination of opportunistic action within research alliances: Evidence from the biotechnology industry", *Journal of Business Venturing* 14, pp. 141-163.
- Dnes, A. (1993): "A case study analysis of franchise contracts", *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 152, pp. 297-324.
- Dyer, J. (1997): "Effective interfirm collaboration: How firms minimize transaction costs and maximize transaction value", *Strategic Management Journal* 18, pp. 535-556.
- FRANDATA Corporation (2000): "A statistical abstract of the 1998 uniform franchise circular data", Vol. 3 of The Profile of Franchising, Washington, D.C.: IFA Educational Foundation.
- Hadfield, G. (1990): "Problematic relations: Franchising and the law of incomplete contracts", *Stanford Law Review* 42, pp. 927-992.
- Heide, J. (1994): "Interorganizational governance in marketing channels", *Journal of Marketing* 58, pp. 71-85.
- Joskow, P. (1988): "Asset specificity and the structure of vertical relationships: Empirical evidence", *Journal of Law, Economics and Organization* 4, pp. 95-118.
- Klein, B., R. Crawford y A. Alchian (1978): "Vertical integration, appropriable rents and the competitive contracting process", *Journal of Law and Economics* 21, pp. 297-326.
- Lafontaine, F. (1992): "Agency theory and franchising: Some empirical results", *Rand Journal of Economics* 23, pp. 263-283.

- Lafontaine, F. (1993): "Contractual arrangements as signaling devices: Evidence from franchising", *Journal of Law, Economics and Organization* 9, pp. 256-289.
- Lafontaine, F. y M. Slade (2001): Incentive contracting and the franchise decision, en K. Chatterjee and W. Samuelson (eds.), *Advances in business applications of game theory*, chapter 2. Kluber Academic Press.
- Lafontaine, F. y E. Raynaud (2002): "The role of residual claims and self-enforcement in franchise contracting", NBER Documento de trabajo 8868.
- Lal,R. (1990): "Improving channel coordination through franchising", *Marketing Science* 9, pp. 299-318.
- Lewin-Solomons, S. (1998): "*The plural form in franchising: A synergism of market and hierarchy*", Tesis Doctoral, University of Cambridge and Iowa State University.
- López, B. y J. Ventura (2002): "Integración vertical y causas de aparición de la franquicia", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 11, pp. 55-74.
- Luo, Y. (2002): "Contract, cooperation and performance in international joint ventures", *Strategic Management Journal* 23, pp. 903-919.
- Macneil, I. (1978): "Contracts: Adjustments of long-term economic relations under classical, neoclassical and relational contract law", *Northwestern University Law Review* 72, pp. 854-902.
- Mathewson, F. y R. Winter (1985): "The economics of franchise contracts", *Journal of Law and Economics* 28, pp. 503-526.
- Nault, B. y A. Dexter (1994): "Adoption, transfers and incentives in a franchise network with positive externalities", *Marketing Science* 13, pp. 412-423.
- Norton, S. (1988): "An empirical look at franchising as an organizational form", *Journal of Business* 61, pp. 197-217.
- Parkhe, A. (1993): "Strategic alliance structuring: A game theoretic and transaction costs examination of interfirm cooperation", *Academy of Management Journal* 36, pp. 794-829.
- Perales, N. y L. Vázquez (2003): "Determinantes de la intensidad franquiciadora: Un enfoque de agencia", *Investigaciones Económicas* 27, pp. 151-172
- Poppo, L. y T. Zenger (2002): "Do formal contracts and relational governance function as substitutes or complements?", *Strategic Management Journal* 23, pp. 707-725.



- Reuer, J. y A. Ariño (2002): “Contractual renegotiations in strategic alliances”, *Journal of Management* 28, pp. 51-74.
- Reuer, J. y A. Ariño (2003): “Strategic alliances as contractual forms”, *Academy of Management Best Paper Proceedings*.
- Reuer, J. y A. Ariño (2007): “Strategic alliance contracts: Dimensions and determinants of contractual complexity”, *Strategic Management Journal* 28, pp. 313-330.
- Reuer, J., A. Ariño y T. Mellewigt (2006): “Entrepreneurial alliances as contractual forms”, *Journal of Business Venturing* 21, pp. 306-325.
- Rubin, P. (1978): “The theory of the firm and the structure of the franchise contract”, *Journal of Law and Economics* 21, pp. 223-233.
- Ryal, M y R. Sampson (2003): “Do prior alliances influence contract structure? Evidence from technology alliance contracts”, Simon School of Business, Documento de trabajo nº FR 03-11.
- Sánchez, R. (2006): “*La gestión del oportunismo en las redes de franquicias: Multifranquicia y mecanismos de control*”, Tesis doctoral no publicada, Universidad de Salamanca.
- Sen, K. (1993): “The use of initial fees and royalties in business format franchising”, *Managerial and Decisions Economics* 14, pp. 175-190.
- Stanworth, J. y J. Curran (1999): “Colas, burgers, shakes and shirkers: Towards a sociological model of franchising in the market economy”, *Journal of Business Venturing* 14, pp. 323-344.
- Tractenberg, C., R. Calihan y A. Luciano (2004): “Legal considerations in franchise renewals”, *Franchise Law Journal* 23, pp. 198-210.
- Vázquez, L (2005): “Las compensaciones en las relaciones de franquicia”, *Revista de Economía Aplicada* 38, pp. 111-122.
- Williamson, O. E., (1979): “Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations”, *Journal of Law and Economics* 22, pp. 233-261.
- Williamson, O. (1989): “Transaction cost economics”, en R. Schmalensee y R. Willig (eds.), *The Handbook of Industrial Organization*, pp. 135-182. Elsevier Science Publishers B.V., New York.

## ANEXO I: CLÁUSULAS IDENTIFICADAS EN LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA

<b>OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADOR</b>	
Confidencialidad	Clientes
Protección de datos	Contratación de personal
Puesta a disposición de los elementos necesarios	Cesión derechos y obligaciones
Asesoramiento sobre el establecimiento	Inicio de la actividad
Uso de la marca	Pólizas y seguros
Suministro	Realizar tareas que no pueda el franquiciado
Precios de venta	Tramitación de documentación
Formación	Realización de promociones
Asistencia técnica	Preservar imagen / forma de explotación del negocio
Exclusividad geográfica	Realización de inspecciones
<b>OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO</b>	
Dirección del negocio / Dedicación al mismo	Entrega al franquiciador de documentación sobre su constitución / documentación personal
Alcanzar objetivos comerciales	Nivel mínimo de compras a la central
Autorización al franquiciador de tramitaciones	Adecuación del establecimiento
Cumplimiento del método	Registro contable
Uso de la marca	Pólizas y seguros
Cesión derechos y obligaciones	Confidencialidad
Pagos / Avales	Oferta
Clientes	Instalación de máquinas recreativas y demás
Inicio de la actividad	Indicación de empresario independiente
Informaciones al franquiciador	Canon de entrada
Inversión inicial	Royalty
Canon de publicidad	Gastos de publicidad iniciales
Realización de promociones	Horario de atención al público
Cumplimiento de normativas	Protección de datos
Precios de venta	Aprovechamiento de la formación del franquiciador / Formación a sus trabajadores
Contratación de empleados / Uniformidad	No suscribir otros acuerdos de franquicia
Suministro	No competencia
Diligencia en la explotación del negocio	Inspección del establecimiento
Exclusividad geográfica	

**ANEXO I: CLÁUSULAS IDENTIFICADAS EN LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA (CONTINUACIÓN)**

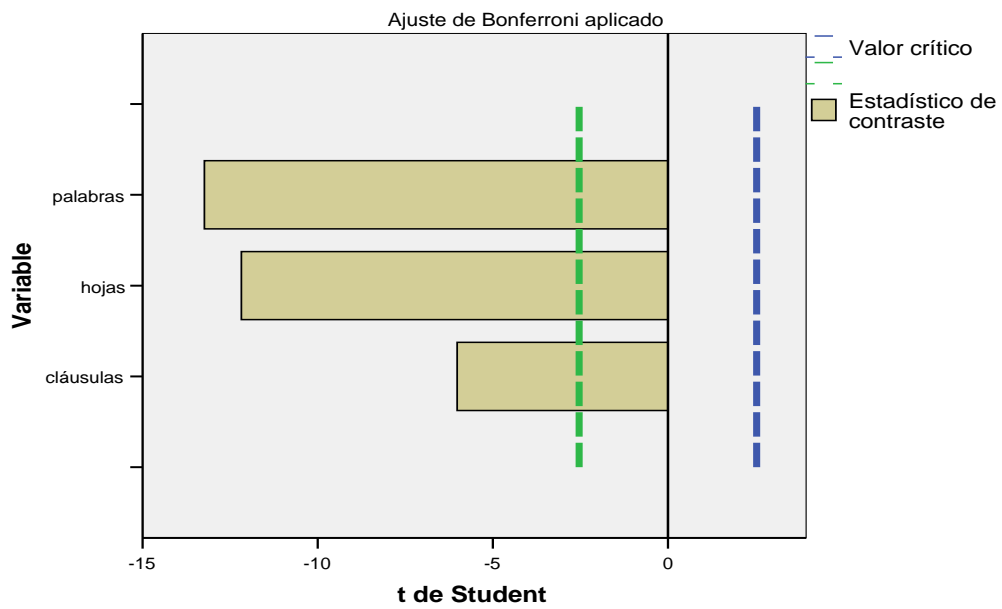
<b>CAUSAS DE RESOLUCIÓN POR PARTE DEL FRANQUICIADOR</b>	
Infringir obligaciones bajo otros contratos	Engañar para conseguir el contrato
No permitir al franquiciador tramitación	Realización de promociones
Cumplimiento de normativas	Contratación empleados / Uniformidad
Establecimiento	Pagos / Avales
Oferta	Uso de la marca y método
Clientes	Realización de inspecciones
No competencia	Participación en actividades desestabilizadoras para la cadena
Confidencialidad	Cesión derechos y obligaciones
Insolvencia / Procedimientos judiciales	Registro contable
Pólizas y seguros	Exclusividad geográfica
Horario de atención al público	Informaciones al franquiciador
Indicación de empresario independiente	Inicio de la actividad
Protección de datos	Suministro
Diligencia / Forma de explotación del negocio	Ruptura unilateral del franquiciado
Aprovechamiento de la formación del franquiciador / Formación de sus trabajadores	Instalación de máquinas recreativas y demás
Precios de venta	Alcanzar objetivos comerciales
Información del franquiciado sobre su constitución / datos personales	Dirección del negocio / Dedicación al mismo
<b>CAUSAS DE RESOLUCIÓN POR PARTE DEL FRANQUICIADO</b>	
Tramitación de documentación	Realización de inspecciones
Transmisión del método, marca y demás elementos necesarios	Suministro
Exclusividad geográfica	Insolvencia
Formación	Asistencia técnica
Precios de venta	Realización de promociones
Preservar la imagen / Forma de explotación del negocio	Cesión derechos y obligaciones
Asesoramiento sobre el establecimiento	Ruptura unilateral del franquiciador
Clientes	Contratación de empleados
Realización de tareas que no haga el franquiciado	Protección de datos
Ocultación / Falseamiento	Confidencialidad

**ANEXO I: CLÁUSULAS IDENTIFICADAS EN LOS CONTRATOS DE FRANQUICIA (CONTINUACIÓN)**

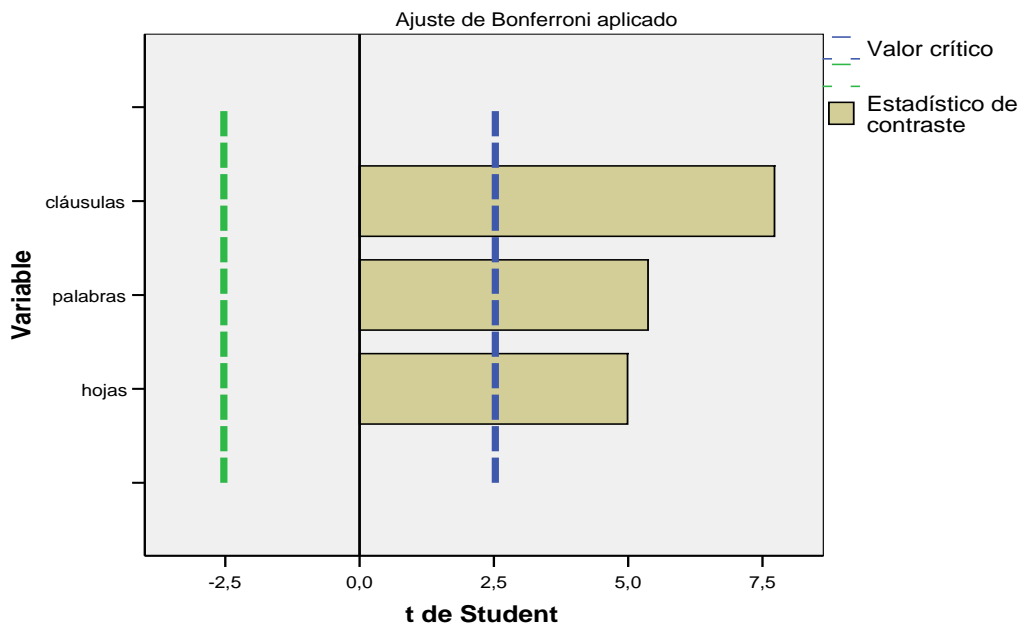
<b>OTRAS CAUSAS DE RESOLUCIÓN</b>	
Fin de duración del contrato	Modificaciones que afecten al contrato
<b>OBLIGACIONES POSTCONTRACTUALES</b>	
Franquiciador: datos personales	Franquiciado: No uso del método / Eliminación de elementos que lleven a confusión
Franquiciado: Devolución de elementos al franquiciador	Franquiciado: Derecho de opción del franquiciador sobre establecimiento y/o inventarios
Franquiciado: Cese actividad / Comunicación	Franquiciado: Pago cantidades debidas
Franquiciado: Líneas telefónicas / Publicidad	Franquiciado: Confidencialidad
Franquiciado: No competencia	Franquiciado: Desalojo del establecimiento
<b>OTRAS CLÁUSULAS</b>	
Independencia de las partes	Objeto del contrato
Las obligaciones sobreviven hasta su extinción	Registro de franquiciadores
No vale acción alguna	No derecho a indemnización por fondo de comercio
Documentos anexados / Adicionales	Titulares y epígrafes / Contradicciones
Aceptación libre del contrato / Sustituye a cualquier acuerdo precedente	Modificación del contrato
Lealtad de las partes	Modo de comunicación entre las partes
Gastos imputables a las partes	Abstención de pretender el cumplimiento por la parte contraria
Interpretación legal del contrato y nulidad de las cláusulas	Si el franquiciado son varias personas o sociedad
Responsabilidad del franquiciado por las acciones de terceros	Fuero: domicilio de los litigios
Garantías personales	Información previa
Asesoramiento independiente	Elevación a público del contrato / Gastos
Ley aplicable	

## ANEXO II: IMPORTANCIA DE LAS VARIABLES DE AGRUPACIÓN

### Número de conglomerados en dos fases = 1



### Número de conglomerados en dos fases = 2



# FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

---

## DOCUMENTOS DE TRABAJO

### Últimos números publicados

- 159/2000 Participación privada en la construcción y explotación de carreteras de peaje  
Ginés de Rus, Manuel Romero y Lourdes Trujillo
- 160/2000 Errores y posibles soluciones en la aplicación del *Value at Risk*  
Mariano González Sánchez
- 161/2000 Tax neutrality on saving assets. The spanish case before and after the tax reform  
Cristina Ruza y de Paz-Curbera
- 162/2000 Private rates of return to human capital in Spain: new evidence  
F. Barceinas, J. Oliver-Alonso, J.L. Raymond y J.L. Roig-Sabaté
- 163/2000 El control interno del riesgo. Una propuesta de sistema de límites  
riesgo neutral  
Mariano González Sánchez
- 164/2001 La evolución de las políticas de gasto de las Administraciones Públicas en los años 90  
Alfonso Utrilla de la Hoz y Carmen Pérez Esparrells
- 165/2001 Bank cost efficiency and output specification  
Emili Tortosa-Ausina
- 166/2001 Recent trends in Spanish income distribution: A robust picture of falling income inequality  
Josep Oliver-Alonso, Xavier Ramos y José Luis Raymond-Bara
- 167/2001 Efectos redistributivos y sobre el bienestar social del tratamiento de las cargas familiares en  
el nuevo IRPF  
Nuria Badenes Plá, Julio López Laborda, Jorge Onrubia Fernández
- 168/2001 The Effects of Bank Debt on Financial Structure of Small and Medium Firms in some Euro-  
pean Countries  
Mónica Melle-Hernández
- 169/2001 La política de cohesión de la UE ampliada: la perspectiva de España  
Ismael Sanz Labrador
- 170/2002 Riesgo de liquidez de Mercado  
Mariano González Sánchez
- 171/2002 Los costes de administración para el afiliado en los sistemas de pensiones basados en cuentas  
de capitalización individual: medida y comparación internacional.  
José Enrique Devesa Carpio, Rosa Rodríguez Barrera, Carlos Vidal Meliá
- 172/2002 La encuesta continua de presupuestos familiares (1985-1996): descripción, representatividad  
y propuestas de metodología para la explotación de la información de los ingresos y el gasto.  
Llorenç Pou, Joaquín Alegre
- 173/2002 Modelos paramétricos y no paramétricos en problemas de concesión de tarjetas de credito.  
Rosa Puertas, María Bonilla, Ignacio Olmeda

- 174/2002 Mercado único, comercio intra-industrial y costes de ajuste en las manufacturas españolas.  
José Vicente Blanes Cristóbal
- 175/2003 La Administración tributaria en España. Un análisis de la gestión a través de los ingresos y de los gastos.  
Juan de Dios Jiménez Aguilera, Pedro Enrique Barrilao González
- 176/2003 The Falling Share of Cash Payments in Spain.  
Santiago Carbó Valverde, Rafael López del Paso, David B. Humphrey  
Publicado en "Moneda y Crédito" nº 217, pags. 167-189.
- 177/2003 Effects of ATMs and Electronic Payments on Banking Costs: The Spanish Case.  
Santiago Carbó Valverde, Rafael López del Paso, David B. Humphrey
- 178/2003 Factors explaining the interest margin in the banking sectors of the European Union.  
Joaquín Maudos y Juan Fernández Guevara
- 179/2003 Los planes de stock options para directivos y consejeros y su valoración por el mercado de valores en España.  
Mónica Melle Hernández
- 180/2003 Ownership and Performance in Europe and US Banking – A comparison of Commercial, Co-operative & Savings Banks.  
Yener Altunbas, Santiago Carbó y Phil Molyneux
- 181/2003 The Euro effect on the integration of the European stock markets.  
Mónica Melle Hernández
- 182/2004 In search of complementarity in the innovation strategy: international R&D and external knowledge acquisition.  
Bruno Cassiman, Reinhilde Veugelers
- 183/2004 Fijación de precios en el sector público: una aplicación para el servicio municipal de suministro de agua.  
M<sup>a</sup> Ángeles García Valiñas
- 184/2004 Estimación de la economía sumergida en España: un modelo estructural de variables latentes.  
Ángel Alañón Pardo, Miguel Gómez de Antonio
- 185/2004 Causas políticas y consecuencias sociales de la corrupción.  
Joan Oriol Prats Cabrera
- 186/2004 Loan bankers' decisions and sensitivity to the audit report using the belief revision model.  
Andrés Guiral Contreras and José A. Gonzalo Angulo
- 187/2004 El modelo de Black, Derman y Toy en la práctica. Aplicación al mercado español.  
Marta Tolentino García-Abadillo y Antonio Díaz Pérez
- 188/2004 Does market competition make banks perform well?.  
Mónica Melle
- 189/2004 Efficiency differences among banks: external, technical, internal, and managerial  
Santiago Carbó Valverde, David B. Humphrey y Rafael López del Paso

- 190/2004 Una aproximación al análisis de los costes de la esquizofrenia en España: los modelos jerárquicos bayesianos  
F. J. Vázquez-Polo, M. A. Negrín, J. M. Cavasés, E. Sánchez y grupo RIRAG
- 191/2004 Environmental proactivity and business performance: an empirical analysis  
Javier González-Benito y Óscar González-Benito
- 192/2004 Economic risk to beneficiaries in notional defined contribution accounts (NDCs)  
Carlos Vidal-Meliá, Inmaculada Domínguez-Fabian y José Enrique Devesa-Carpio
- 193/2004 Sources of efficiency gains in port reform: non parametric malmquist decomposition tfp index for Mexico  
Antonio Estache, Beatriz Tovar de la Fé y Lourdes Trujillo
- 194/2004 Persistencia de resultados en los fondos de inversión españoles  
Alfredo Ciriaco Fernández y Rafael Santamaría Aquilué
- 195/2005 El modelo de revisión de creencias como aproximación psicológica a la formación del juicio del auditor sobre la gestión continuada  
Andrés Guiral Contreras y Francisco Esteso Sánchez
- 196/2005 La nueva financiación sanitaria en España: descentralización y prospectiva  
David Cantarero Prieto
- 197/2005 A cointegration analysis of the Long-Run supply response of Spanish agriculture to the common agricultural policy  
José A. Mendez, Ricardo Mora y Carlos San Juan
- 198/2005 ¿Refleja la estructura temporal de los tipos de interés del mercado español preferencia por la liquidez?  
Magdalena Massot Perelló y Juan M. Nave
- 199/2005 Análisis de impacto de los Fondos Estructurales Europeos recibidos por una economía regional: Un enfoque a través de Matrices de Contabilidad Social  
M. Carmen Lima y M. Alejandro Cardenete
- 200/2005 Does the development of non-cash payments affect monetary policy transmission?  
Santiago Carbó Valverde y Rafael López del Paso
- 201/2005 Firm and time varying technical and allocative efficiency: an application for port cargo handling firms  
Ana Rodríguez-Álvarez, Beatriz Tovar de la Fe y Lourdes Trujillo
- 202/2005 Contractual complexity in strategic alliances  
Jeffrey J. Reuer y Africa Ariño
- 203/2005 Factores determinantes de la evolución del empleo en las empresas adquiridas por opa  
Nuria Alcalde Fradejas y Inés Pérez-Soba Aguilar
- 204/2005 Nonlinear Forecasting in Economics: a comparison between Comprehension Approach versus Learning Approach. An Application to Spanish Time Series  
Elena Olmedo, Juan M. Valderas, Ricardo Gimeno and Lorenzo Escot



- 205/2005 Precio de la tierra con presión urbana: un modelo para España  
Esther Decimavilla, Carlos San Juan y Stefan Sperlich
- 206/2005 Interregional migration in Spain: a semiparametric analysis  
Adolfo Maza y José Villaverde
- 207/2005 Productivity growth in European banking  
Carmen Murillo-Melchor, José Manuel Pastor y Emili Tortosa-Ausina
- 208/2005 Explaining Bank Cost Efficiency in Europe: Environmental and Productivity Influences.  
Santiago Carbó Valverde, David B. Humphrey y Rafael López del Paso
- 209/2005 La elasticidad de sustitución intertemporal con preferencias no separables intratemporalmente: los casos de Alemania, España y Francia.  
Elena Márquez de la Cruz, Ana R. Martínez Cañete y Inés Pérez-Soba Aguilar
- 210/2005 Contribución de los efectos tamaño, book-to-market y momentum a la valoración de activos: el caso español.  
Begoña Font-Belaire y Alfredo Juan Grau-Grau
- 211/2005 Permanent income, convergence and inequality among countries  
José M. Pastor and Lorenzo Serrano
- 212/2005 The Latin Model of Welfare: Do 'Insertion Contracts' Reduce Long-Term Dependence?  
Luis Ayala and Magdalena Rodríguez
- 213/2005 The effect of geographic expansion on the productivity of Spanish savings banks  
Manuel Illueca, José M. Pastor and Emili Tortosa-Ausina
- 214/2005 Dynamic network interconnection under consumer switching costs  
Ángel Luis López Rodríguez
- 215/2005 La influencia del entorno socioeconómico en la realización de estudios universitarios: una aproximación al caso español en la década de los noventa  
Marta Rahona López
- 216/2005 The valuation of spanish ipos: efficiency analysis  
Susana Álvarez Otero
- 217/2005 On the generation of a regular multi-input multi-output technology using parametric output distance functions  
Sergio Perelman and Daniel Santin
- 218/2005 La gobernanza de los procesos parlamentarios: la organización industrial del congreso de los diputados en España  
Gonzalo Caballero Miguez
- 219/2005 Determinants of bank market structure: Efficiency and political economy variables  
Francisco González
- 220/2005 Agresividad de las órdenes introducidas en el mercado español: estrategias, determinantes y medidas de performance  
David Abad Díaz

- 221/2005 Tendencia post-anuncio de resultados contables: evidencia para el mercado español  
Carlos Forner Rodríguez, Joaquín Marhuenda Fructuoso y Sonia Sanabria García
- 222/2005 Human capital accumulation and geography: empirical evidence in the European Union  
Jesús López-Rodríguez, J. Andrés Faña y Jose Lopez Rodríguez
- 223/2005 Auditors' Forecasting in Going Concern Decisions: Framing, Confidence and Information Processing  
Waymond Rodgers and Andrés Guiral
- 224/2005 The effect of Structural Fund spending on the Galician region: an assessment of the 1994-1999 and 2000-2006 Galician CSFs  
José Ramón Cancelo de la Torre, J. Andrés Faña and Jesús López-Rodríguez
- 225/2005 The effects of ownership structure and board composition on the audit committee activity: Spanish evidence  
Carlos Fernández Méndez and Rubén Arrondo García
- 226/2005 Cross-country determinants of bank income smoothing by managing loan loss provisions  
Ana Rosa Fonseca and Francisco González
- 227/2005 Incumplimiento fiscal en el irpf (1993-2000): un análisis de sus factores determinantes  
Alejandro Estellér Moré
- 228/2005 Region versus Industry effects: volatility transmission  
Pilar Soriano Felipe and Francisco J. Climent Diranzo
- 229/2005 Concurrent Engineering: The Moderating Effect Of Uncertainty On New Product Development Success  
Daniel Vázquez-Bustelo and Sandra Valle
- 230/2005 On zero lower bound traps: a framework for the analysis of monetary policy in the 'age' of central banks  
Alfonso Palacio-Vera
- 231/2005 Reconciling Sustainability and Discounting in Cost Benefit Analysis: a methodological proposal  
M. Carmen Almansa Sáez and Javier Calatrava Requena
- 232/2005 Can The Excess Of Liquidity Affect The Effectiveness Of The European Monetary Policy?  
Santiago Carbó Valverde and Rafael López del Paso
- 233/2005 Inheritance Taxes In The Eu Fiscal Systems: The Present Situation And Future Perspectives.  
Miguel Angel Barberán Lahuerta
- 234/2006 Bank Ownership And Informativeness Of Earnings.  
V́ctor M. González
- 235/2006 Developing A Predictive Method: A Comparative Study Of The Partial Least Squares Vs Maximum Likelihood Techniques.  
Waymond Rodgers, Paul Pavlou and Andres Guiral.
- 236/2006 Using Compromise Programming for Macroeconomic Policy Making in a General Equilibrium Framework: Theory and Application to the Spanish Economy.  
Francisco J. André, M. Alejandro Cardenete y Carlos Romero.

- 237/2006 Bank Market Power And Sme Financing Constraints.  
Santiago Carbó-Valverde, Francisco Rodríguez-Fernández y Gregory F. Udell.
- 238/2006 Trade Effects Of Monetary Agreements: Evidence For Oecd Countries.  
Salvador Gil-Pareja, Rafael Llorca-Vivero y José Antonio Martínez-Serrano.
- 239/2006 The Quality Of Institutions: A Genetic Programming Approach.  
Marcos Álvarez-Díaz y Gonzalo Caballero Miguez.
- 240/2006 La interacción entre el éxito competitivo y las condiciones del mercado doméstico como determinantes de la decisión de exportación en las Pymes.  
Francisco García Pérez.
- 241/2006 Una estimación de la depreciación del capital humano por sectores, por ocupación y en el tiempo.  
Inés P. Murillo.
- 242/2006 Consumption And Leisure Externalities, Economic Growth And Equilibrium Efficiency.  
Manuel A. Gómez.
- 243/2006 Measuring efficiency in education: an analysis of different approaches for incorporating non-discretionary inputs.  
Jose Manuel Cordero-Ferrera, Francisco Pedraja-Chaparro y Javier Salinas-Jiménez
- 244/2006 Did The European Exchange-Rate Mechanism Contribute To The Integration Of Peripheral Countries?.  
Salvador Gil-Pareja, Rafael Llorca-Vivero y José Antonio Martínez-Serrano
- 245/2006 Intergenerational Health Mobility: An Empirical Approach Based On The Echp.  
Marta Pascual and David Cantarero
- 246/2006 Measurement and analysis of the Spanish Stock Exchange using the Lyapunov exponent with digital technology.  
Salvador Rojí Ferrari and Ana Gonzalez Marcos
- 247/2006 Testing For Structural Breaks In Variance With additive Outliers And Measurement Errors.  
Paulo M.M. Rodrigues and Antonio Rubia
- 248/2006 The Cost Of Market Power In Banking: Social Welfare Loss Vs. Cost Inefficiency.  
Joaquín Maudos and Juan Fernández de Guevara
- 249/2006 Elasticidades de largo plazo de la demanda de vivienda: evidencia para España (1885-2000).  
Desiderio Romero Jordán, José Félix Sanz Sanz y César Pérez López
- 250/2006 Regional Income Disparities in Europe: What role for location?.  
Jesús López-Rodríguez and J. Andrés Faña
- 251/2006 Funciones abreviadas de bienestar social: Una forma sencilla de simultaneizar la medición de la eficiencia y la equidad de las políticas de gasto público.  
Nuria Badenes Plá y Daniel Santín González
- 252/2006 "The momentum effect in the Spanish stock market: Omitted risk factors or investor behaviour?".  
Luis Muga and Rafael Santamaría
- 253/2006 Dinámica de precios en el mercado español de gasolina: un equilibrio de colusión tácita.  
Jordi Perdiguero García

- 254/2006 Desigualdad regional en España: renta permanente versus renta corriente.  
José M. Pastor, Empar Pons y Lorenzo Serrano
- 255/2006 Environmental implications of organic food preferences: an application of the impure public goods model.  
Ana Maria Aldanondo-Ochoa y Carmen Almansa-Sáez
- 256/2006 Family tax credits versus family allowances when labour supply matters: Evidence for Spain.  
José Felix Sanz-Sanz, Desiderio Romero-Jordán y Santiago Álvarez-García
- 257/2006 La internacionalización de la empresa manufacturera española: efectos del capital humano genérico y específico.  
José López Rodríguez
- 258/2006 Evaluación de las migraciones interregionales en España, 1996-2004.  
María Martínez Torres
- 259/2006 Efficiency and market power in Spanish banking.  
Rolf Färe, Shawna Grosskopf y Emili Tortosa-Ausina.
- 260/2006 Asimetrías en volatilidad, beta y contagios entre las empresas grandes y pequeñas cotizadas en la bolsa española.  
Helena Chuliá y Hipòlit Torró.
- 261/2006 Birth Replacement Ratios: New Measures of Period Population Replacement.  
José Antonio Ortega.
- 262/2006 Accidentes de tráfico, víctimas mortales y consumo de alcohol.  
José M<sup>a</sup> Arranz y Ana I. Gil.
- 263/2006 Análisis de la Presencia de la Mujer en los Consejos de Administración de las Mil Mayores Empresas Españolas.  
Ruth Mateos de Cabo, Lorenzo Escot Mangas y Ricardo Gimeno Nogués.
- 264/2006 Crisis y Reforma del Pacto de Estabilidad y Crecimiento. Las Limitaciones de la Política Económica en Europa.  
Ignacio Álvarez Peralta.
- 265/2006 Have Child Tax Allowances Affected Family Size? A Microdata Study For Spain (1996-2000).  
Jaime Vallés-Giménez y Anabel Zárate-Marco.
- 266/2006 Health Human Capital And The Shift From Foraging To Farming.  
Paolo Rungo.
- 267/2006 Financiación Autonómica y Política de la Competencia: El Mercado de Gasolina en Canarias.  
Juan Luis Jiménez y Jordi Perdiguero.
- 268/2006 El cumplimiento del Protocolo de Kyoto para los hogares españoles: el papel de la imposición sobre la energía.  
Desiderio Romero-Jordán y José Félix Sanz-Sanz.
- 269/2006 Banking competition, financial dependence and economic growth  
Joaquín Maudos y Juan Fernández de Guevara
- 270/2006 Efficiency, subsidies and environmental adaptation of animal farming under CAP  
Werner Kleinhanß, Carmen Murillo, Carlos San Juan y Stefan Sperlich

- 271/2006 Interest Groups, Incentives to Cooperation and Decision-Making Process in the European Union  
A. Garcia-Lorenzo y Jesús López-Rodríguez
- 272/2006 Riesgo asimétrico y estrategias de momentum en el mercado de valores español  
Luis Muga y Rafael Santamaría
- 273/2006 Valoración de capital-riesgo en proyectos de base tecnológica e innovadora a través de la teoría de opciones reales  
Gracia Rubio Martín
- 274/2006 Capital stock and unemployment: searching for the missing link  
Ana Rosa Martínez-Cañete, Elena Márquez de la Cruz, Alfonso Palacio-Vera and Inés Pérez-Soba Aguilar
- 275/2006 Study of the influence of the voters' political culture on vote decision through the simulation of a political competition problem in Spain  
Sagrario Lantarón, Isabel Lillo, M<sup>a</sup> Dolores López and Javier Rodrigo
- 276/2006 Investment and growth in Europe during the Golden Age  
Antonio Cubel and M<sup>a</sup> Teresa Sanchis
- 277/2006 Efectos de vincular la pensión pública a la inversión en cantidad y calidad de hijos en un modelo de equilibrio general  
Robert Meneu Gaya
- 278/2006 El consumo y la valoración de activos  
Elena Márquez y Belén Nieto
- 279/2006 Economic growth and currency crisis: A real exchange rate entropic approach  
David Matesanz Gómez y Guillermo J. Ortega
- 280/2006 Three measures of returns to education: An illustration for the case of Spain  
María Arrazola y José de Hevia
- 281/2006 Composition of Firms versus Composition of Jobs  
Antoni Cunyat
- 282/2006 La vocación internacional de un holding tranviario belga: la Compagnie Mutuelle de Tramsways, 1895-1918  
Alberte Martínez López
- 283/2006 Una visión panorámica de las entidades de crédito en España en la última década.  
Constantino García Ramos
- 284/2006 Foreign Capital and Business Strategies: a comparative analysis of urban transport in Madrid and Barcelona, 1871-1925  
Alberte Martínez López
- 285/2006 Los intereses belgas en la red ferroviaria catalana, 1890-1936  
Alberte Martínez López
- 286/2006 The Governance of Quality: The Case of the Agrifood Brand Names  
Marta Fernández Barcala, Manuel González-Díaz y Emmanuel Raynaud
- 287/2006 Modelling the role of health status in the transition out of malthusian equilibrium  
Paolo Rungo, Luis Currais and Berta Rivera
- 288/2006 Industrial Effects of Climate Change Policies through the EU Emissions Trading Scheme  
Xavier Labandeira and Miguel Rodríguez

- 289/2006 Globalisation and the Composition of Government Spending: An analysis for OECD countries  
Norman Gemmell, Richard Kneller and Ismael Sanz
- 290/2006 La producción de energía eléctrica en España: Análisis económico de la actividad tras la liberalización del Sector Eléctrico  
Fernando Hernández Martínez
- 291/2006 Further considerations on the link between adjustment costs and the productivity of R&D investment: evidence for Spain  
Desiderio Romero-Jordán, José Félix Sanz-Sanz and Inmaculada Álvarez-Ayuso
- 292/2006 Una teoría sobre la contribución de la función de compras al rendimiento empresarial  
Javier González Benito
- 293/2006 Agility drivers, enablers and outcomes: empirical test of an integrated agile manufacturing model  
Daniel Vázquez-Bustelo, Lucía Avella and Esteban Fernández
- 294/2006 Testing the parametric vs the semiparametric generalized mixed effects models  
María José Lombardía and Stefan Sperlich
- 295/2006 Nonlinear dynamics in energy futures  
Mariano Matilla-García
- 296/2006 Estimating Spatial Models By Generalized Maximum Entropy Or How To Get Rid Of W  
Esteban Fernández Vázquez, Matías Mayor Fernández and Jorge Rodríguez-Valez
- 297/2006 Optimización fiscal en las transmisiones lucrativas: análisis metodológico  
Félix Domínguez Barrero
- 298/2006 La situación actual de la banca online en España  
Francisco José Climent Diranzo y Alexandre Momparler Pechuán
- 299/2006 Estrategia competitiva y rendimiento del negocio: el papel mediador de la estrategia y las capacidades productivas  
Javier González Benito y Isabel Suárez González
- 300/2006 A Parametric Model to Estimate Risk in a Fixed Income Portfolio  
Pilar Abad and Sonia Benito
- 301/2007 Análisis Empírico de las Preferencias Sociales Respecto del Gasto en Obra Social de las Cajas de Ahorros  
Alejandro Esteller-Moré, Jonathan Jorba Jiménez y Albert Solé-Ollé
- 302/2007 Assessing the enlargement and deepening of regional trading blocs: The European Union case  
Salvador Gil-Pareja, Rafael Llorca-Vivero y José Antonio Martínez-Serrano
- 303/2007 ¿Es la Franquicia un Medio de Financiación?: Evidencia para el Caso Español  
Vanessa Solís Rodríguez y Manuel González Díaz
- 304/2007 On the Finite-Sample Biases in Nonparametric Testing for Variance Constancy  
Paulo M.M. Rodrigues and Antonio Rubia
- 305/2007 Spain is Different: Relative Wages 1989-98  
José Antonio Carrasco Gallego

- 306/2007 Poverty reduction and SAM multipliers: An evaluation of public policies in a regional framework  
Francisco Javier De Miguel-Vélez y Jesús Pérez-Mayo
- 307/2007 La Eficiencia en la Gestión del Riesgo de Crédito en las Cajas de Ahorro  
Marcelino Martínez Cabrera
- 308/2007 Optimal environmental policy in transport: unintended effects on consumers' generalized price  
M. Pilar Socorro and Ofelia Betancor
- 309/2007 Agricultural Productivity in the European Regions: Trends and Explanatory Factors  
Roberto Ezcurra, Belen Iraizoz, Pedro Pascual and Manuel Rapún
- 310/2007 Long-run Regional Population Divergence and Modern Economic Growth in Europe: a Case Study of Spain  
María Isabel Ayuda, Fernando Collantes and Vicente Pinilla
- 311/2007 Financial Information effects on the measurement of Commercial Banks' Efficiency  
Borja Amor, María T. Tascón and José L. Fanjul
- 312/2007 Neutralidad e incentivos de las inversiones financieras en el nuevo IRPF  
Félix Domínguez Barrero
- 313/2007 The Effects of Corporate Social Responsibility Perceptions on The Valuation of Common Stock  
Waymond Rodgers , Helen Choy and Andres Guiral-Contreras
- 314/2007 Country Creditor Rights, Information Sharing and Commercial Banks' Profitability Persistence across the world  
Borja Amor, María T. Tascón and José L. Fanjul
- 315/2007 ¿Es Relevante el Déficit Corriente en una Unión Monetaria? El Caso Español  
Javier Blanco González y Ignacio del Rosal Fernández
- 316/2007 The Impact of Credit Rating Announcements on Spanish Corporate Fixed Income Performance: Returns, Yields and Liquidity  
Pilar Abad, Antonio Díaz and M. Dolores Robles
- 317/2007 Indicadores de Lealtad al Establecimiento y Formato Comercial Basados en la Distribución del Presupuesto  
Cesar Augusto Bustos Reyes y Óscar González Benito
- 318/2007 Migrants and Market Potential in Spain over The XXth Century: A Test Of The New Economic Geography  
Daniel A. Tirado, Jordi Pons, Elisenda Paluzie and Javier Silvestre
- 319/2007 El Impacto del Coste de Oportunidad de la Actividad Emprendedora en la Intención de los Ciudadanos Europeos de Crear Empresas  
Luis Miguel Zapico Aldeano
- 320/2007 Los belgas y los ferrocarriles de vía estrecha en España, 1887-1936  
Alberte Martínez López
- 321/2007 Competición política bipartidista. Estudio geométrico del equilibrio en un caso ponderado  
Isabel Lillo, M<sup>a</sup> Dolores López y Javier Rodrigo
- 322/2007 Human resource management and environment management systems: an empirical study  
M<sup>a</sup> Concepción López Fernández, Ana M<sup>a</sup> Serrano Bedía and Gema García Piqueres

- 323/2007 Wood and industrialization. evidence and hypotheses from the case of Spain, 1860-1935.  
Iñaki Iriarte-Goñi and María Isabel Ayuda Bosque
- 324/2007 New evidence on long-run monetary neutrality.  
J. Cunado, L.A. Gil-Alana and F. Perez de Gracia
- 325/2007 Monetary policy and structural changes in the volatility of us interest rates.  
Juncal Cuñado, Javier Gomez Biscarri and Fernando Perez de Gracia
- 326/2007 The productivity effects of intrafirm diffusion.  
Lucio Fuentelsaz, Jaime Gómez and Sergio Palomas
- 327/2007 Unemployment duration, layoffs and competing risks.  
J.M. Arranz, C. García-Serrano and L. Toharia
- 328/2007 El grado de cobertura del gasto público en España respecto a la UE-15  
Nuria Rueda, Begoña Barruso, Carmen Calderón y M<sup>a</sup> del Mar Herrador
- 329/2007 The Impact of Direct Subsidies in Spain before and after the CAP'92 Reform  
Carmen Murillo, Carlos San Juan and Stefan Sperlich
- 330/2007 Determinants of post-privatisation performance of Spanish divested firms  
Laura Cabeza García and Silvia Gómez Ansón
- 331/2007 ¿Por qué deciden diversificar las empresas españolas? Razones oportunistas versus razones económicas  
Almudena Martínez Campillo
- 332/2007 Dynamical Hierarchical Tree in Currency Markets  
Juan Gabriel Brida, David Matesanz Gómez and Wiston Adrián Risso
- 333/2007 Los determinantes sociodemográficos del gasto sanitario. Análisis con microdatos individuales  
Ana María Angulo, Ramón Barberán, Pilar Egea y Jesús Mur
- 334/2007 Why do companies go private? The Spanish case  
Inés Pérez-Soba Aguilar
- 335/2007 The use of gis to study transport for disabled people  
Verónica Cañal Fernández
- 336/2007 The long run consequences of M&A: An empirical application  
Cristina Bernad, Lucio Fuentelsaz and Jaime Gómez
- 337/2007 Las clasificaciones de materias en economía: principios para el desarrollo de una nueva clasificación  
Valentín Edo Hernández
- 338/2007 Reforming Taxes and Improving Health: A Revenue-Neutral Tax Reform to Eliminate Medical and Pharmaceutical VAT  
Santiago Álvarez-García, Carlos Pestana Barros y Juan Prieto-Rodríguez
- 339/2007 Impacts of an iron and steel plant on residential property values  
Celia Bilbao-Terol
- 340/2007 Firm size and capital structure: Evidence using dynamic panel data  
Víctor M. González and Francisco González



- 341/2007 ¿Cómo organizar una cadena hotelera? La elección de la forma de gobierno  
Marta Fernández Barcala y Manuel González Díaz
- 342/2007 Análisis de los efectos de la decisión de diversificar: un contraste del marco teórico “Agencia-Stewardship”  
Almudena Martínez Campillo y Roberto Fernández Gago
- 343/2007 Selecting portfolios given multiple eurostoxx-based uncertainty scenarios: a stochastic goal programming approach from fuzzy betas  
Enrique Ballester, Blanca Pérez-Gladish, Mar Arenas-Parra and Amelia Bilbao-Terol
- 344/2007 “El bienestar de los inmigrantes y los factores implicados en la decisión de emigrar”  
Anastasia Hernández Alemán y Carmelo J. León
- 345/2007 Governance Decisions in the R&D Process: An Integrative Framework Based on TCT and Knowledge View of The Firm.  
Andrea Martínez-Noya and Esteban García-Canal
- 346/2007 Diferencias salariales entre empresas públicas y privadas. El caso español  
Begoña Cueto y Nuria Sánchez- Sánchez
- 347/2007 Effects of Fiscal Treatments of Second Home Ownership on Renting Supply  
Celia Bilbao Terol and Juan Prieto Rodríguez
- 348/2007 Auditors’ ethical dilemmas in the going concern evaluation  
Andres Guiral, Waymond Rodgers, Emiliano Ruiz and Jose A. Gonzalo
- 349/2007 Convergencia en capital humano en España. Un análisis regional para el periodo 1970-2004  
Susana Morales Sequera y Carmen Pérez Esparrells
- 350/2007 Socially responsible investment: mutual funds portfolio selection using fuzzy multiobjective programming  
Blanca M<sup>a</sup> Pérez-Gladish, Mar Arenas-Parra , Amelia Bilbao-Terol and M<sup>a</sup> Victoria Rodríguez-Uría
- 351/2007 Persistencia del resultado contable y sus componentes: implicaciones de la medida de ajustes por devengo  
Raúl Iñiguez Sánchez y Francisco Poveda Fuentes
- 352/2007 Wage Inequality and Globalisation: What can we Learn from the Past? A General Equilibrium Approach  
Concha Betrán, Javier Ferri and Maria A. Pons
- 353/2007 Eficacia de los incentivos fiscales a la inversión en I+D en España en los años noventa  
Desiderio Romero Jordán y José Félix Sanz Sanz
- 354/2007 Convergencia regional en renta y bienestar en España  
Robert Meneu Gaya
- 355/2007 Tributación ambiental: Estado de la Cuestión y Experiencia en España  
Ana Carrera Poncela
- 356/2007 Salient features of dependence in daily us stock market indices  
Luis A. Gil-Alana, Juncal Cuñado and Fernando Pérez de Gracia
- 357/2007 La educación superior: ¿un gasto o una inversión rentable para el sector público?  
Inés P. Murillo y Francisco Pedraja

- 358/2007 Effects of a reduction of working hours on a model with job creation and job destruction  
Emilio Domínguez, Miren Ullibarri y Idoya Zabaleta
- 359/2007 Stock split size, signaling and earnings management: Evidence from the Spanish market  
José Yagüe, J. Carlos Gómez-Sala and Francisco Poveda-Fuentes
- 360/2007 Modelización de las expectativas y estrategias de inversión en mercados de derivados  
Begoña Font-Belaire
- 361/2008 Trade in capital goods during the golden age, 1953-1973  
M<sup>a</sup> Teresa Sanchis and Antonio Cubel
- 362/2008 El capital económico por riesgo operacional: una aplicación del modelo de distribución de pérdidas  
Enrique José Jiménez Rodríguez y José Manuel Fera Domínguez
- 363/2008 The drivers of effectiveness in competition policy  
Joan-Ramon Borrell and Juan-Luis Jiménez
- 364/2008 Corporate governance structure and board of directors remuneration policies: evidence from Spain  
Carlos Fernández Méndez, Rubén Arrondo García and Enrique Fernández Rodríguez
- 365/2008 Beyond the disciplinary role of governance: how boards and donors add value to Spanish foundations  
Pablo De Andrés Alonso, Valentín Azofra Palenzuela y M. Elena Romero Merino
- 366/2008 Complejidad y perfeccionamiento contractual para la contención del oportunismo en los acuerdos de franquicia  
Vanesa Solís Rodríguez y Manuel González Díaz