

La responsabilidad del franquiciante por actos del
franquiciado frente a terceros

“The responsibility of the franchisor by the
franchisee acts against thrid parties”

La responsabilité du franchiseur par des actes du
franchisé face aux tiers.

A responsabilidade do franqueador pelos atos do
franqueado contra terceiros

Corredor-Amaya Laura Natalia¹

Fecha de recepción: 11 de febrero de 2014

Fecha de aprobación: 31 de mayo de 2014

Referencia para citación: Corredor, L. (2015). La responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros. *Iter Ad Veritatem*, 13, 283-320.

¹ Estudiante de la Universidad Santo Tomás,
contacto: laurancorredor@gmail.com

Resumen

Bajo la globalización las nuevas estrategias del mercado han venido apropiándose de las sociedades, las cuales, al ampliar su visión de desarrollo económico, acuden como estrategia a la figura de las franquicias, estructurándolas bajo un contrato donde se estipulan obligaciones, derechos, cláusulas y régimen de responsabilidades entre las partes. Este último es el objeto de la presente investigación, dirigida a profundizar el estudio de la responsabilidad del franquiciante, cuando éste se ve comprometido patrimonialmente por perjuicios ocasionados a terceros, bien sea consumidores o clientes de la franquicia. Para llegar a un análisis descriptivo conceptual, se hizo mención de los antecedentes más relevantes, la estructura jurídica, así como la jurisprudencia nacional e internacional, dónde se observó, bajo la óptica de cada uno de las Cortes y de los Tribunales, si el franquiciante está llamado a responder o no. Criterios que nos ayudan a concluir que serán los derechos de protección al consumidor los que determinarán la responsabilidad del franquiciante.

Palabras Clave: Franquicia, Contrato de Franquicia, Franquiciante, Franquiciado, El Know How, Confidencialidad, Responsabilidad Patrimonial del Franquiciante, Terceros Afectados.

Abstract

The new strategies of the market have been appropriating societies under the named globalization, which come as a strategy to expand its vision of economic development, talking about the figure of the franchise, it is structured under a contract which stipulates commitments, rights, terms of conditions and responsibilities between the two parties. The last one is the object of study of this research, it is focused to go forward the responsibility of the franchiser, when this one sees for the non problems caused to the patrimony and damages caused to a third part, it could be consumers or clients of the franchise. To arrive to a conceptual descriptive analysis, the most relevant precedents are mentioned, as well as national and international jurisprudence, where noted, the perspective of each of the courts and tribunals, if the franchisor is called to respond or not. These criteria help us to conclude that will be the consumer's rights of protection which will determine the responsibility of the franchisor.

Key Words: Franchise, contract of franchising, franchisor, franchisee, The Know How, confidentiality, Patrimonial responsibility of the franchisor, third parties affected.

Résumé

En vertu de la mondialisation, les nouvelles stratégies du marché se sont appropriées des sociétés, lesquelles en ce qu'élargissent leur vision du développement économique, viennent comme une stratégie aux franchises, les structurent en vertu d'un contrat où les obligations, les droits, les conditions et le régime de responsabilités sont stipulées entre les parties. Celui-ci, est l'objet de cette recherche, dirigée à approfondir l'étude de la responsabilité du franchiseur lorsqu'il est engagé patrimoniallement par des préjudices occasionnés à tiers, soient bien des consommateurs ou des clients de la franchise. Pour arriver à une analyse descriptive conceptuelle, on a mentionné les antécédents les plus éminents, la structure juridique, ainsi que la jurisprudence nationale et internationale, où il a été observé, sous l'optique de chaque une des Cours et des Tribunaux, si le franchiseur est appelé à répondre ou non. Ces sont les critères qui nous aident à conclure que les droits de la protection au consommateur détermineront la responsabilité du franchiseur.

Mots-Clefs: Franchise, Contrat de Franchise, Franchiseur, Franchisé, Le Know How (savoir comment- savoir-faire), Confidentialité, Responsabilité Patrimoniale du Franchiseur, Tiers Affectés.

Resumo

Sob a globalização, novas estratégias de mercado foram apropriando sociedades, que, para expandir sua visão do desenvolvimento econômico, vêm como uma estratégia para descobrir franquia, estruturando-os sob um contrato em que as obrigações, direitos, termos e regras estipuladas de responsabilidades entre as partes. O último é o objecto do presente inquérito, destinado a aprofundar o estudo da responsabilidade do franqueador, quando é cometido patrimonialmente por danos causados a terceiros, tanto os consumidores ou clientes da franquia. Para chegar a uma análise descritiva conceitual, menção de fundo mais relevante, a estrutura jurídica, bem como a jurisprudência nacional e internacional, onde foi observado, a perspectiva de cada um dos juízos e tribunais, se o franqueador é chamado para responder ou não foi feita. Critérios que nos ajudam a concluir que serão os direitos de proteção ao consumidor que irá determinar a responsabilidade do franqueador.

Palavras-Chave : franquia, contrato de franquia, franqueador, franqueado e o Know-How, Confidencialidade, responsabilidade do franqueador, terceiros prejudicados.

Introducción

La globalización, los tratados de libre comercio, los convenios entre países para expandir las economías en la actualidad, han traído consigo oportunidades y estrategias de expansión de mercados en la mayoría de los países donde se presenta una actividad comercial de diferentes niveles, ya que si bien es cierto existen economías de primer, segundo, tercer nivel etc.; éstas cuentan con formas de ampliar negocios en otros lugares convirtiéndose en un mercado sin fronteras y de cierta manera integral, tal forma se desarrolla bajo el contrato de franquicia, donde a saber “el contrato es hoy en día una de las fuentes más importantes de las obligaciones, teniendo en cuenta que a través de su ejecución permite satisfacer distintas necesidades y fines dentro de la sociedad” (Plazas Estepa, 2010).

No obstante, dentro de este contrato se encuentran las partes, quienes serán los que desarrollen el objeto del contrato, es decir franquiciante y franquiciado. Los cuales conservan obligaciones recíprocas a las que tendrán que darse un estricto cumplimiento, pues de no darse se daría una terminación del contrato de franquicia.

Ahora bien, para comprender con exactitud la responsabilidad que tiene el franquiciante por los actos que ejerza el franquiciado frente a terceros, se iniciará con una síntesis de la evolución del contrato de franquicia, así como su conceptualización, clasificación, obligaciones, cláusulas del contrato, terminación del contrato, entre otros.

Seguidamente, al ser este un tema de actualidad, cualquier empresa que goce de un adecuado posicionamiento en su entorno de actuación, y que cuente con ciertas perspectivas de crecimiento, no puede dejar de ver en la franquicia una de las alternativas más rentables y eficaces para la consecución de todo objetivo relativo a la cobertura de nuevos mercados (Mosquera, 2010). Luego se procederá a analizar el régimen de responsabilidades entre las partes (franquiciante–franquiciado) desde una óptica que ofrece la doctrina nacional e internacional, pues en Colombia se encuentra una limitación en cuanto a la legislación existente, pues al tratarse la franquicia como un contrato atípico no existe una regulación clara y expresa del tema en sí. Por tal razón bajo una metodología de análisis-descriptivo se tomarán diferentes autores y se hará una breve referencia en cuanto al uso que se le da a las franquicias en nuestro país.

Finalmente, se analizarán algunos casos dentro de la jurisprudencia internacional, dónde se puede evidenciar el tratamiento que las diferentes Cortes le han dado al régimen de responsabilidades de la franquicia por parte del franquiciante por hechos del franquiciado; Siendo este último el causante de la afectación sufrida por terceros de buena fe. Mientras que en Colombia se observará cómo el régimen de protección al consumidor es el que marca la diferencia respecto de los demás países. De tal forma que se expondrán al lector los resultados y hallazgos logrados en la presente investigación, cumpliendo con todos los objetivos propuestos para el desarrollo de la misma.

1. Metodología

El presente estudio se enfoca desde el análisis Analítico-Descriptivo-Documental. Se mantiene el carácter *Analítico* de la presente investigación; toda vez que se presentan y justifican las fuentes de información tomadas como base para su desarrollo, desde la jurisprudencia internacional para ver el régimen de responsabilidad del franquiciante por actos que afectan a terceros por parte del franquiciado, al igual que el régimen de protección al consumidor. Integrado a ello, de manera *Descriptiva* se expone el análisis de datos que permite mostrar el impacto que tiene el contrato de franquicia en la sociedad económica actual.

2. Problemas de Investigación

¿Tiene responsabilidad el franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros? Por consiguiente: ¿cuál sería la posible solución a aplicar ante un eventual conflicto de responsabilidad entre las partes de la franquicia, bajo los parámetros de las normas colombianas?

3. Objetivos

3.1. Objetivo General :

Analizar la responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros.

3.2. Objetivos Específicos :

- Definir la configuración y elementos del contrato de franquicia.

- Analizar bajo la jurisprudencia internacional casos referentes a la responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros.
- Analizar bajo las normas colombianas como se resolvería un eventual conflicto de responsabilidad por parte del franquiciante por actos del franquiciado frente a terceros y/o consumidores.

4. Justificación

Frente al contrato de franquicia mercantil siempre ha habido cuestionamientos, incógnitas, críticas, etc. Esta compleja situación que se presenta en algunos países, radica en que no se encuentra una regulación en el ordenamiento jurídico interno y por ende se desconoce el tratamiento que se le debe dar, como es el caso colombiano. Ya que a esta figura se le trata como atípica y se le da una aplicación de la normatividad civil común de los contratos típicos, dónde prima el acuerdo de voluntades entre las partes e incluso la costumbre mercantil, la cual también juega un papel preponderante. De tal forma, que gracias a la naturaleza jurídica del contrato no habría inconvenientes, pues al existir tales vacíos por analogía se intenta dar una salida jurídica que también contaría con efectos jurídicos dentro del territorio.

No obstante, dentro de los interrogantes que se plantean, uno de los más relevantes, el cual es el objeto de la investigación en el presente escrito, radica en lograr analizar un estudio serio y minucioso relativo a los casos en los que se puede llegar a ver comprometida la responsabilidad civil del franquiciante por el hecho del franquiciado, bien sea contractual o extracontractual. Tales situaciones comprenden un cierto grado de complejidad e importancia, debido a que en ellas desembocan múltiples variables que son de una interpretación considerable, por el mismo hecho que se decía anteriormente, al desarrollarse bajo la perspectiva de un contrato atípico.

De allí, se enmarca la importancia de examinar si resulta jurídicamente viable comprometer la responsabilidad civil extracontractual o bien sea contractual del franquiciante por los hechos del franquiciado cuando hay terceros afectados en un contrato de franquicia y de ser así, determinar el grado de responsabilidad bajo el amparo del Derecho Colombiano. Sin embargo, en el desarrollo de esta investigación se abre la posibilidad de evidenciar que son muy pocos los avances que se tienen por parte de la doctrina y los esfuerzos por parte del Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT) para poder fundamentar jurídicamente este régimen de responsabilidad, ya

que frente a una situación en particular la aplicación de una posible solución se torna algo impreciso e insuficiente.

Razón por la cual el presente artículo tiene total relevancia al momento de su estudio, ya que al ser un tema innovador y de aplicación real dentro del ámbito jurídico comercial, es importante que se haga una ilustración de algunos aportes y tendencias que han enriquecido esta figura, observando que hay potencial y gran interés en los resultados de la investigación para la resolución de determinados casos en concreto.

5. Configuración y elementos del contrato de franquicia

En el presente acápite, se definirán conceptualmente los términos utilizados en la presente investigación como parte de la construcción del objeto de estudio, para poder obtener un mayor entendimiento y claridad. Así las cosas, tenemos que:

El contrato de franquicia es una herramienta que permite un beneficio económico tanto para el franquiciante como para el franquiciado en el momento de la comercialización de los bienes y servicios. Tal como lo define Velázquez (2007) el contrato de franquicia se puede definir de una manera sencilla, como un contrato atípico, en el cuál una persona dueña de un negocio exitoso (franquiciante) concede a otra (franquiciado) la explotación de éste, en una zona y tiempo determinados, obligándose a poner a su disposición todo el know how o conocimiento necesario para su desarrollo y así mismo a brindar capacitación permanente a cambio del pago de un canon de entrada y de unas regalías (o royalty) generalmente mensuales, unidas a la cantidad de ventas.

5.1. Antecedentes de la Franquicia

Para llegar a lo que hoy en día conocemos como franquicia es necesario conocer el desarrollo y evolución que tuvo este concepto a través de la historia. Por consiguiente tomamos como punto de partida los principales antecedentes que marcaron el comienzo de una de las figuras jurídicas del derecho comercial más utilizadas, no solo en Colombia sino en casi la mayoría de los países del mundo.

Para empezar, el origen etimológico de la palabra franquicia viene del vocablo *francher* que significa “conceder”, mediante cartas de franquicia un privilegio, o renunciar a una servidumbre (Castro, 2005). No obstante, en el diccionario de traducción de inglés-español *franchise* se traduce como: privilegio, patente,

concesión social, derecho de votar, porcentaje mínimo de responsabilidad del asegurado; y en materia fiscal o aduanera impuesto de privilegio, o patente sobre concesión, derecho de licencia. Lo que significa que la palabra franquicia contiene dos acepciones las cuales dependen del sitio en el que se esté empleando la palabra, ya que en Francia se contempla como un beneficio de carácter administrativo mientras que en nuestro entorno es más un sistema de distribución comercial.

Por otra parte, se dice que la franquicia comenzó en Europa en la Edad Media cuando existían ciudades con carta franca, según Castro (como se citó en González, 2010) estas cartas solían regular los tributos, el libre comercio y la propiedad privada, regulaban el derecho a elegir a sus propios representantes y en este sentido constituyeron el primer paso en la autonomía municipal. Con el tiempo la concesión de franquicia sólo tiene importancia en las franquicias aduaneras tales como las zonas francas; y el soberano concedía a quienes eran sus súbditos privilegios o exenciones las cuales se recibían el nombre de “franc”; es decir privilegios administrativos. No obstante, según Torres (citado en Plazas, 2010) al final de la Edad Media, la palabra y la práctica *Franquicia* desaparecieron en Francia, pero tiempo después, en pleno siglo XX, resurge en Estados Unidos con un contenido diferente y tiene un inmenso desarrollo después de la Segunda Guerra Mundial.

Ahora, veamos en palabras de González (2010):

Entre 1850 y 1860 la Singer Sewing Machine Company, con el fin de disminuir la carga salarial, estableció un sistema mediante el cual otorgaba franquicias a comerciantes para que éstos vendieran las máquinas de coser en un determinado territorio, lo que le permitió tener presencia en el mercado norteamericano. En 1898, la General Motors no contaba con el capital necesario para expandirse en el mercado Estadounidense, por lo cual utilizó la franquicia como estrategia para solucionar su problema de capital, y de este modo creó una red de distribuidores manteniendo la independencia jurídica y financiera entre productores y distribuidores. Posteriormente, en 1899 Coca-Cola que distribuía básicamente su producto a través de fuentes de soda, otorgó la franquicia para el embotellamiento de sus productos y así surgieron las primeras embotelladoras y contrato de franquicia para este fin. A comienzos del siglo XX otros empresarios norteamericanos comenzaron a utilizar la figura de la franquicia como un método de comercialización de productos y de servicios, tales como en 1821 Herz Rent a Car (franquicia de servicios), Piggly Wiggly (supermercado) y, A y W Root Beer (comidas rápidas).

Al llegar a este punto, después de la Segunda Guerra Mundial las franquicias llegaron a convertirse en la salida que propondría el gobierno para todos aquellos soldados recién llegados de la guerra, los cuales no poseían experiencia en el manejo y dirección de alguna empresa, pero si contaban con la necesidad y la actitud de establecer una idea de negocio de forma independiente; periodo en el cuál nacen unas de las principales franquicias hoy conocidas como McDonald's, Dairy Queen, Baskin Robbins entre otros.

5.2. Definición de la franquicia

Aunque existe multiplicidad de definiciones de la franquicia, y no existe una definición única en los estudiosos del tema, podemos señalar la definición adoptada por la Asociación Internacional de Franquicias (IFA):

La operación de franquicias es una relación contractual entre el franquiciante y el franquiciado, en el cual el primero ofrece y está obligado a mantener un interés continuo en el negocio del segundo en asuntos tales como Know How y entrenamiento, en esta operación el franquiciado usa el nombre comercial común, de acuerdo a un formato o patrón establecido y controlado por el franquiciante. Esto implica que el franquiciado invierta sus recursos en su propio negocio.

También existe *El Código Deontológico Europeo*, adoptado 1992 por las Asociaciones o Federaciones Nacionales de Franquicia, que pertenecen o forman parte de la Federación Europea de La Franquicia, y la define de la siguiente manera:

Es un sistema de comercialización de productos, servicios o tecnología, basado en una colaboración estrecha y continua entre empresas legales y financieramente distintas e independientes, el franquiciador y sus franquiciados individuales, por el cual el franquiciador concede a sus franquiciados individuales el derecho e impone la obligación de llevar un negocio de conformidad con el concepto de franquiciador.

También se ha dicho, según Vanegas (citado en Navas, Mosquera, 2009), que la franquicia:

Es un sistema propio del desarrollo económico que ejerce hoy una fuerte influencia en el comercio, pues promueve la creación de redes de establecimientos integrados y con ello la competitividad, así como también consigue eludir la presión de las grandes empresas multinacionales que controlan los mercados.

El Tribunal de la Comunidad Económica Europea en un famoso fallo (caso *Pronuptia*) define a la Franquicia como: Un sistema en el que una empresa que se ha instalado en un mercado y que ha podido establecer así un conjunto de métodos comerciales, concede a cambio una remuneración a comerciantes independientes la posibilidad de establecerse en otros mercados mediante la utilización de su distintivo y de los métodos comerciales de eficacia probada.

También existen definiciones dadas por la ley como por ejemplo: La Ley de Fomento a la Propiedad Industrial de México consagra:

Art. 142: Existirá franquicia cuando con la licencia de uso de una marca se transmita conocimiento técnico o se proporcione asistencia técnica para que la persona a quien se le conceda pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca tendiente a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a lo que esta distingue...

La Ley 7 de 1996 de España, Ley de Ordenación del Comercio Minorista, en su artículo 62 regula el régimen de la franquicia y lo define así:

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

Si repasamos con detenimiento las definiciones que anteriormente se han descrito, podemos darnos cuenta que la franquicia se observa bajo una función económica, la cual cuenta con ciertos elementos característicos que permiten su clara identificación y se aleja de toda confusión frente a otro tipo de contratos.

5.3. Elementos del Contrato de Franquicia

Para poder hablar propiamente del contrato de franquicia, se necesita establecer los requisitos *sine quantum* que determinan su existencia, a saber:

El know how: Según la definición que ofrece Massaguer (citado en Segura, 2015):

Es la información que, sin reunir los requisitos necesarios para acceder de patentes, sirve para la fabricación de un determinado producto

(fórmulas; recetas; utensilios; herramientas) o, en general, para solucionar determinados problemas técnico-empresariales (instalación y organización de un establecimientos industrial o comercial; selección de materias primas y de proveedores: formación de personal especializado; métodos de control de calidad). Igualmente es *Know How*, la información complementaria obtenida en la explotación de una tecnología protegida por patente, que por sí misma no puede gozar de esta tutela pero que permite obtener el máximo aprovechamiento del proceso o producto patentado.

Según el contexto, el carácter secreto es predicable en cuanto exista pluralidad de personas capaces de conocerlo, frente a los cuales cabe, de igual manera, predicar pluralidad de intereses, dado que el titular del secreto tiene el interés de conservar el secreto oculto, en la medida en que las demás personas tengan interés de conocerlo Gómez (citado en Payan, 2011).

Es por esto que para Lecomte y Bisbal (2013) “se considera que el conjunto de experiencias, conocimiento y procedimientos que el franquiciante ha adquirido a lo largo del tiempo son esenciales en este contrato, puesto que son lo que ha permitido alcanzar el éxito”.

Los siguientes elementos los propone Chacón, Durán y Otros (citado en López, 2008):

La cesión de una licencia: por parte de un propietario de, a nombre de otra persona, permitiendo el uso de tal nombre, idea, proceso o equipo, el Know how y la popularidad involucrados en estos conceptos. Esta licencia implicará necesariamente la existencia de una relación contractual.

La inclusión en el acuerdo de cesión de licencia de regulaciones y controles: por parte del licenciatario relacionados con la operación del negocio.

El pago de un royalty: o regalía por los derechos cedidos y otras contraprestaciones por todos los otros servicios que el licenciatario proveerá al licenciado; o aún el pago por abastecimiento de mercancías o productos en exclusividad.

Como también lo refiere (Segura y Canal, 2012): La estimación de la cifra a pagar se determinará a partir de diversos factores tales como el grado de

competencia existente, el nivel de inversión y la rentabilidad del negocio. Dicho monto debe ser estipulado en el contrato.

Por otra parte, el franquiciado debe cumplir con pagos periódicos o continuos los cuales constituyen una contraprestación a los beneficios obtenidos por el franquiciado a partir de la utilización del nombre y la marca del franquiciante. Estos deberán, por regla general, cancelarse mensualmente. Para evitar abusos por parte del franquiciador, se exhorta a las partes a establecer un porcentaje en relación a las ventas del establecimiento como un medio objetivo para cuantificar la ganancia del franquiciado evitando así el pago de una cuota fija que genere desproporciones en sus obligaciones pecuniarias.

Territorio: El cuál se debe pactar la zona de acción que tendrá el franquiciado para poder llevar a cabo la franquicia.

6. Características del contrato de franquicia

a. Oneroso: obliga al cumplimiento de unas prestaciones económicas, donde ambas partes se gravan y ambas se benefician. El franquiciado debe pagar al franquiciador por recibir la licencia de propiedad industrial, asistencia técnica y por la inclusión en la estrategia de publicidad.

b. Consensual: Para su perfeccionamiento se necesita el acuerdo de voluntades. Pero por los costos involucrados en el negocio, las partes deciden hacerlo solemne.

c. Tracto sucesivo: se ejecuta a través del tiempo. Las partes se comprometen por períodos largos de tiempo, durante los cuales deben cumplir el conjunto de obligaciones establecidas en el contrato en forma sistemática y permanente.

d. Atípico: no tiene regulación expresa por la ley Mercantil; siempre las partes son comerciantes, la franquicia implica el ejercicio de una actividad mercantil, por lo tanto, no hay relación laboral entre las partes.

e. Bilateral: implica obligaciones para las dos partes, franquiciado y franquiciador.

f. Principal: el contrato de franquicia existe por sí solo, por lo tanto no depende de otra relación. (Hazoury, Feliz. Núñez, Rood, Agramonte. 2009)

7. Cláusulas dentro del contrato de franquicia

En 2013, Alfaro Rodríguez definió las cláusulas del contrato de franquicia así:

Cláusula de Confidencialidad: Con el fin de proteger el *Know how*, es por tanto necesario que a todas y cada una de las personas que tengan acceso al conocimiento del mismo que les imponga una obligación de no comunicarlo a otras personas. Esto se consigue por medio de acuerdos o cláusulas de confidencialidad.

Esta cláusula que se impone cuando se cede el uso y explotación del know how tiene la finalidad de tutelar el secreto de los conocimientos técnicos, además de los intereses del titular del mismo, debido que, puede presentarse la eventualidad que el receptor pueda comercializarlo a terceros. Sin embargo, la cuestión de confidencialidad surge aun en la etapa de negociación, específicamente en los términos de la provisión de los conocimientos técnicos, siendo aconsejable redactar un pre-convenio de confidencialidad que especifique la fecha, la cantidad y el modo en que se revelará la información, así como los respectivos derechos y obligaciones de las partes, siendo la medida para una *culpa in contrahendo* o responsabilidad pre -contractual cuando se falte a lo estipulado.

Cláusula de no competencia: El principal propósito de esta cláusula es proteger el Know How a través de la obligación asignada al sub-franquiador (o sub- franquiciado) de no comprometerse directa o indirectamente en algún negocio similar a la franquicia en el territorio en el cual explotaba la franquicia, o en un territorio donde competiría con otro miembro de la red de franquicia o con el franquiciador, durante toda la vigencia del contrato y en un periodo posterior a la conclusión de éste.

El contenido de esta cláusula de no- competencia debe ser negociado y las leyes del territorio examinadas para establecer hasta qué punto pueden hacerse cumplir en términos de duración, ámbito y aplicabilidad territorial.

Cláusulas de reciprocidad (“*grant-back*”): Los contratos de franquicia principal y subfranquicia podrían también incluir lo que se conoce como cláusulas de reciprocidad.

De acuerdo con esta cláusula, al sub- franquiciador o sub- franquiciado, se le pide que trasmita cualquier experiencia que haya obtenido en la explotación de la franquicia al franquiciador, así como que conceda al franquiciador, y a los otros sub- franquiciadores y sub-franquiciados de la red, una licencia no exclusiva para el *know how* resultante de esa experiencia. Un sub –franquiciador puede en otras palabras ser contractualmente obligado a conceder al franquiciador una licencia para los desarrollos y mejoras que haya hecho al *know-how* como resultado de su propia experiencia en el negocio.

Es claro que si se produce un desarrollo de *know how* posterior a la conclusión del contrato de franquicia o sub franquicia no podría existir obligación alguna por parte de quien lo haya obtenido de compartir ese conocimiento o se pueda restringir el uso.

Restricciones de ámbito de uso: Tienen por objeto que no pueda ser variado el destino para el que fuera concedido el know-how, es decir se trata de no usar el know how para propósitos diversos del giro de la empresa franquiciada.

Debo agregar, que estas cláusulas que se mencionaron anteriormente son tomadas de una forma general, puesto que en la práctica y por aquello de la costumbre mercantil² existen otras que para mayor precisión de nuestro objeto de estudio son importantes resaltar, las siguientes:

Vigencia de Pólizas: El franquiciador se obliga, antes de la apertura del establecimiento, a concertar y renovar mientras el contrato esté vigente, las siguientes pólizas.

- Robo e incendio;
- Responsabilidad civil.

2 Según la Cámara de Comercio de Bogotá, la costumbre mercantil es “el conjunto de prácticas que se repiten y aplican reiteradamente por una colectividad de personas frente a un hecho o tema determinado, que adquiere obligatoriedad por el hecho mismo de ser una norma creada para usos sociales, siempre que estas no sean contrarias a la ley y se ejecuten de manera reiterada, pública y uniforme.” Extraído desde el 4 octubre de 2015. Recuperado de [http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/](http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Todo-sobre-la-Costumbre-Mercantil) Todo-sobre-la-Costumbre-Mercantil

El franquiciado está obligado a justificar anualmente al franquiciador la vigencia de las pólizas, pudiendo el franquiciador si lo estima oportuno, recabar esa información directamente de las compañías de seguros (Ortega, 2009).

Cláusula compromisoria: Es esencial que las partes estipulen en el contrato la vía de solución de eventuales controversias. Se hace gran énfasis en la inclusión de un pacto comisorio que permita a las partes acudir a Tribunales de Arbitramento para resolver cualquier inconveniente surgido durante la ejecución del contrato. Se invita a pactar dicha cláusula en virtud de la celeridad y aclamada eficacia del arbitraje. Adicionalmente, se sugiere que al pactarse la cláusula compromisoria se establezca que en caso de hacerse efectiva, las controversias se resolverán por medio de Tribunal colombiano y bajo las leyes del mismo país. En caso de no hacerse esto, habría la

posibilidad de acudir a tribunales de arbitramento internacionales lo que resultaría excesivamente oneroso (Segura, Canal, 2012).

8. Clases de franquicias

Ciertamente, existe un sin número de clasificaciones de la franquicia; no obstante, Francorp hace un resumen acerca de las diferencias que existen entre una u otra franquicia, expresándolo así:

a. Franquicia de Marca: En este tipo de franquicia la compañía madre permite el uso de su marca y sus sistemas a cambio de una cuota. Ej.: embotelladora de bebidas.

b. Franquicia de Distribución de Productos: El franquiciado adquiere el derecho de distribuir un producto asociado con la marca del franquiciante, en un área determinada. Ej.: Concesionario de autos, heladerías, indumentaria, accesorios para celulares, etc.

c. Franquicia de Formato de Negocio: El franquiciado opera un negocio idéntico al del franquiciante, con su marca y sistema de operación. A cambio paga un derecho y/o regalías periódicas.

d. Franquicia de Conversión: El interesado transforma su negocio independiente en franquiciado adoptando la marca y forma de operación de una franquicia existente. Paga un derecho y/o regalías. Son ejemplos de franquicias de conversión la cadena de farmacias Vantage y Pinturerías Prestigio.

9. Vacíos y efectos del contrato de franquicia

En Colombia, lamentablemente no existe una legislación específica que permita un estudio serio y claro acerca de las franquicias; ya que desafortunadamente su evolución se ha dado a un paso lento y la producción intelectual del tema ha sido reducida. De tal forma, que el Código Civil o el Código de Comercio que son los iconos del Derecho Privado no regulan de forma expresa el contrato de franquicia, por lo que de allí en adelante empiezan a vislumbrarse los vacíos en cuanto a su ejecución, celebración, responsabilidades como dentro del tema que nos ocupa cuando hay afectación a terceros.

A pesar de que en el artículo 822³ del Código de Comercio se estipulan los principios de los contratos civiles, sus efectos, su interpretación, terminación, etc., los cuales se aplicarán en principio a los contratos mercantiles (a menos de que la ley diga lo contrario). Significaría entonces que por remisión del artículo en mención, al contrato de franquicia se le aplicaría el principio general de las obligaciones consagradas en el artículo 1602 del Código Civil,⁴ donde se señala la primacía de la autonomía de la voluntad; “lo que permite deducir que los particulares pueden intervenir en la actividad normativa en aquellos espacios que la ordenación estatal lo permita, como sucede en los llamados contratos atípicos” (González, 2010).

Así mismo, lo reitera la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia, en Sentencia del 10 octubre de 1978, donde dispuso:

Cuando en los negocios jurídicos las partes contratantes sujetan sus estipulaciones a las pautas legales, o sea, en su declaración de la voluntad no comprometen al conjunto de normas que atañen el orden público y las buenas costumbres, el derecho civil les concede a los contratos celebrados en esas condiciones fuerza de ley, de tal manera que no pueden ser invalidados sino por el consentimiento mutuo de los contratantes o por causas legales.

Finalmente, el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC expidió la norma técnica 5813 denominada como: franquicias.

3 Colombia, Código de Comercio: artículo 822: Los principios que gobiernan la formación de los actos y contratos y las obligaciones de derecho civil, sus efectos, interpretación, modo de extinguirse, anularse o rescindirse, serán aplicables a las obligaciones y negocios jurídicos mercantiles, a menos que la ley establezca otra cosa. La prueba en derecho comercial se regirá por las reglas establecidas en el Código de Procedimiento Civil, salvo las reglas especiales establecidas en la ley.

4 Colombia, Código Civil. Artículo 1602: Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales.

Requisitos generales para la etapa precontractual, contractual y postcontractual de una franquicia, la cual establece los lineamientos generales de buenas prácticas de las empresas que franquician su concepto de negocio.

10. Responsabilidad del franquiciante por los actos del franquiciado frente a terceros

Ahora bien, en cuanto a la responsabilidad del franquiciante por los actos o hechos que afectan a terceros existen posiciones encontradas. Sin embargo, en un primer término en cuanto a la responsabilidad hay que tener en cuenta lo siguiente:

La responsabilidad implica que ante la realización de un daño y por consecuencia la obligación que genera al indemnizar, crea entonces una relación entre quien crea el daño y quien lo sufre. O como bien lo sintetiza González (2013) la responsabilidad civil se puede configurar como un deber de indemnizar donde existe un derecho de crédito del que es titular o acreedor el perjudicado y un deber de prestación del que es deudor el responsable. Puede ser que este sea el mismo autor del daño, responsabilidad por “hechos propios” y cabe que la responsabilidad recaiga sobre una persona distinta del autor del daño, responsabilidad por “hechos ajenos».

Agregado a lo anterior, la doctrina clásica ha diferenciado la responsabilidad civil contractual de la extracontractual, dónde la primera parte inicialmente de un acuerdo de voluntades donde personas entre si se han trazado un camino con tal de cumplir con los compromisos adquiridos, los cuales son consecuencia del negocio pactado entre ellos, mientras que la responsabilidad extra contractual claramente se ve que no hay acuerdo de por medio y juegan otros elementos para que se configure, así lo dijo la Corte Suprema de Justicia en Sentencia del 19 de Febrero de 1999: “opera entre quienes ha vinculado únicamente el azar y la extensión de los imperativos de conducta incumplidos en los que toma causa la respectiva prestación resarcitoria del daño en que dicha responsabilidad se traduce”.

Dicho lo anterior, se puede concluir que el deber de reparar el daño tiene su génesis entre personas las cuales no ostentan alguna obligación como tal, puesto que atenta contra el deber genérico de no causar un agravio o daño a los demás, más no un daño generado por motivos contractuales.⁵

5 Tal será que refiere el artículo 2341 del Código Civil donde expresa que: “*el que ha cometido un delito o culpa, que ha inferido daño a otro, es obligado a la indemnización, sin perjuicio de la pena principal que la ley imponga por la culpa o el delito cometido*”.

10.1. Responsabilidad contractual dentro del Contrato de Franquicia

Teniendo una idea somera de lo que consiste la responsabilidad contractual, vamos a sostener que en el campo de la relación contractual que se maneja entre el franquiciante-franquiciado (partes principales dentro del contrato objeto de cumplimiento) y cliente y/o consumidor (quien es el principal beneficiario) hay cabida a este tipo de responsabilidad. Ya que en el momento en que se produce un daño al consumidor producto resultante de la relación contractual, como podría ser un perjuicio derivado de un producto defectuoso. Posición que es ratificada por el Estatuto del Consumidor Colombiano, ley 1480 de 2011, artículo 5°, al definir el producto defectuoso como “aquel bien mueble o inmueble que en razón de un error en el diseño, fabricación, construcción, embalaje o información, no ofrezca razonable seguridad a la que toda persona tiene derecho”; por lo que contractualmente se estaría generando un perjuicio.

Ahora, imaginemos un franquiciante que celebra un contrato de franquicia con todos los requisitos con el franquiciado quien contrata el uso y licencia de un software, quien empieza a hacer uso del software de información y en el transcurso del tiempo en su funcionamiento, este salió defectuoso y los datos insertados allí de los clientes o beneficiarios se perdieron causándose un perjuicio claramente. ¿Debería el franquiciante responder por el daño causado? Así las cosas, en principio se tendría que analizar si el daño que se produjo en el *software* fue atendiendo a todos los manuales de instrucción y funcionamiento requeridos para el mismo (*know how*), en este caso el franquiciante tendría que llegar a responder por los perjuicios causados; pero si por el contrario es el franquiciado quien manipulo de manera errónea la utilización del software, en ese momento el franquiciante podrá alegar alguna causal de exoneración de responsabilidad como podría la culpa exclusiva del mismo franquiciado.

10.2. Responsabilidad extracontractual en el Contrato de Franquicia

Dentro de la responsabilidad extracontractual es posible que se presente la relación entre franquiciante y terceros consumidores, quizás por la reclamación de indemnización de perjuicios causados, ya que entre los dos no existía una relación o vínculo contractual alguno.

Es importante al llegar a este punto analizar la responsabilidad civil por hecho ajeno, la cual se encuentra dentro del Código Civil Colombiano en su artículo

2437⁶. Dónde se aparta de la relación contractual y aún siendo ajeno a la autonomía del franquiciado, este responde por los actos de quienes estuviesen bajo su tutela, frente al desarrollo del negocio con el franquiciante.

Así, lo expresa (Orrego, 2014, p. 15):

Por regla general, tal como lo establece el artículo 2316, se responde por hechos propios, no por hechos ajenos. Excepcionalmente, sin embargo, se debe responder por los hechos ajenos, cuando una persona debe responder por el “*hecho de aquellos que estuvieron a su cuidado*”(artículo 2320, inciso 1º). El fundamento de esta disposición descansa en el deber de vigilancia que se tiene respecto de determinadas personas. La persona que tiene otra a su cuidado, sujeta a su control o dirección, debe vigilarla para impedirle que cause daños. Y si el daño en definitiva se causa, quiere decir que no empleó la debida vigilancia. Por eso, señala la doctrina que no estamos estrictamente ante un caso de responsabilidad por hecho ajeno, sino **por un hecho propio**, a saber, la falta de cuidado o vigilancia.

Cabe precisar que esta responsabilidad no se circunscribe a los hechos que enumera el artículo 2320, que debemos considerarlos como menciones a vía ejemplar. El artículo en mención consagra un principio general, que debemos aplicar en cualquier caso similar.

Es la responsabilidad por el hecho ajeno importante, ya que mediante un franquiciado quien es el que comete el daño y causa el perjuicio a un tercero cliente o beneficiario de la cadena de franquicia, convierte al franquiciante en responsable por sus hechos u actuaciones.

Como lo confirma Rojas Quiñones en su escrito del 2010:

Sin embargo, ese vínculo de cooperación debe entenderse sin perjuicio de la posición de predominio en la que se encuentra el franquiciante respecto del franquiciado, y cuya materialización más directa e inmediata es la posibilidad de control que sobre el negocio del segundo tiene el primero; en otras palabras, la cooperación característica de la franquicia se hace posible sobre la base de una relación de subordinación (y no de igualdad, como a veces se menciona) inducida por el propio sistema

6 Código Civil Colombiano: Ley 57 de 1887. Art. 2347. Abril 15 de 1887 (Colombia). Artículo 2347: Toda persona es responsable, no solo de sus propias acciones para el efecto de indemnizar el daño sino del hecho de aquellos que estuvieron a su cuidado (...) pero cesará la responsabilidad de tales personas, si con la autoridad y el cuidado que su respectiva calidad les confiere y prescribe, no hubieren podido impedir el hecho.

del franchising para garantizar que el franquiciado, bajo la orientación y control del franquiciante, pueda llevar a cabo una adecuada gestión del negocio.

Como puede notarse, en este punto discrepo claramente de aquellos que afirman que la franquicia debe establecerse sobre una base de igualdad contractual entre los sujetos, en la medida en que esa igualdad se desvirtúa en el mismo momento en que se faculta al franquiciante para controlar y supervisar la tarea del franquiciado, siendo dicha facultad una prerrogativa necesaria para el adecuado funcionamiento del sistema de colaboración de la franquicia (ya que de no existir, permitiría total discrecionalidad al franquiciado en la gestión de la franquicia, quebrantando la operatividad del negocio del franquiciante e irrogándole perjuicios a este último).

Por otro lado, se encuentra la posición que refiere Salvador (1998) en cuanto a las responsabilidades que se adquieren por las partes frente a los terceros en el contrato de franquicia:

10.3. Responsabilidad del franquiciado: Las reclamaciones de los adquirentes finales de los productos vendidos o los prestados en el establecimiento comercial deben ser soportados y atendidos por el franquiciado. El franquiciado responderá por los daños o problemas causados por la mala calidad, por los vicios o defectos de fabricación de los productos, por la mala atención y demás problemas de carácter administrativo que puedan presentarse en cualquier negocio.

10.4. Responsabilidad del franquiciante: En la actualidad, el consumidor también tiene concedida la facultad de acudir directamente al fabricante para que atienda los posibles defectos de fabricación de un producto. Sin embargo el consumidor, lo que tiende a hacer es demandar al franquiciado, teniendo después este último la posibilidad de obtener el reembolso del pago por parte del franquiciador.

No obstante, la normativa que regula la protección de los consumidores, establece la posibilidad de dirigir directamente sus pretensiones contra el franquiciador. El fundamento de la responsabilidad del franquiciador radica en el control y vigilancia sobre la actividad del franquiciado que el primero realiza aparentemente de acuerdo con los términos del contrato.

Así las cosas, en el caso colombiano la aplicación de la responsabilidad por el hecho ajeno entre las partes contractuales de la franquicia (franquiciante-

franquiciado) es una regla general en este tipo de contratos, ya que las obligaciones contraídas implican una relación de subordinación del franquiciado por parte del franquiciante, en otras palabras sería como la obligación de vigilancia y control.

10.5. Título de imputación de responsabilidad del franquiciante

Frente al título de imputación hay que ser consecuentes con lo que se dijo en líneas anteriores, al no perder de vista que el franquiciante cuenta con la presunción de la *culpa in vigilando*, definida por la Corte Constitucional en Sentencia C-1235 de 2005, así: al ser aplicable el régimen de responsabilidad por el hecho ajeno, cuyo rasgo particular es que se trata de un régimen de responsabilidad subjetiva y bajo la estructura de la culpa presunta. Tal situación favorece a aquel que se encuentra en una condición de víctima o de afectado, facilitando como quiera la indemnización de los perjuicios causados, al ser la parte más débil de la relación jurídica.

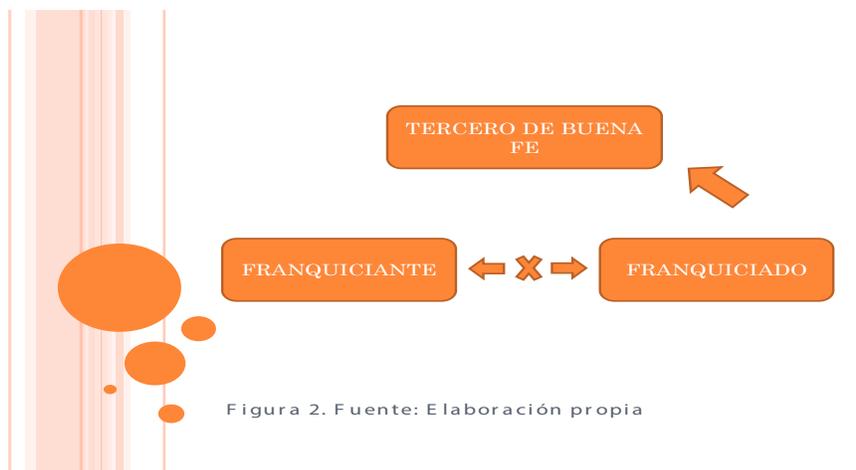
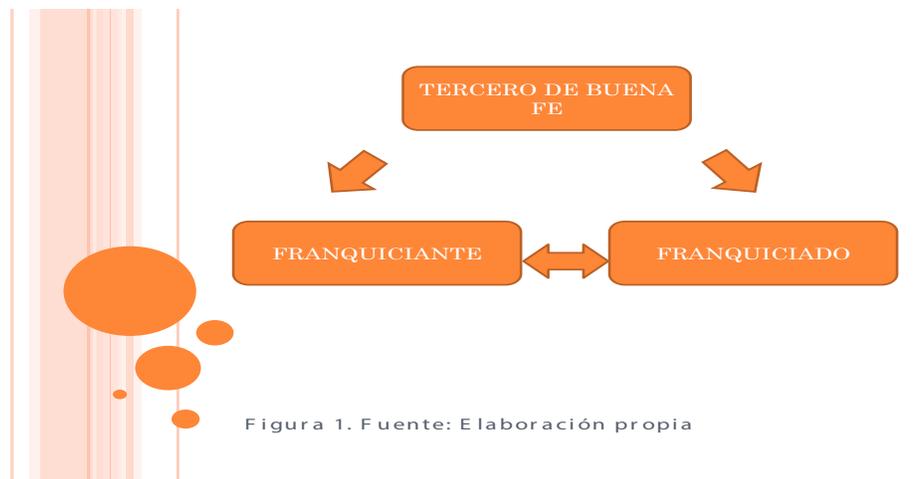
Sin embargo, en el momento de establecerse la responsabilidad del franquiciante debe verificarse que las partes dentro del contrato no hubiesen pactado las denominadas cláusulas de renuncia de responsabilidad del franquiciante, las cuales exoneran de toda forma de responsabilidad por el hecho ajeno en la relación de franquiciante- franquiciado, así lo ha dispuesto la (UNIDROIT, 2005):

La renuncia de responsabilidad será a menudo en la forma de un reconocimiento por el sub-franquiciador de que el éxito del negocio depende de sus propios esfuerzos y que incluso si el franquiciador y su equipo han proporcionado consejo y ayuda, manuales de operaciones y cursos de formación, el franquiciador, sus directivos y empleados no serán responsables de ninguna pérdida o daño sufridos por el sub-franquiciador. A veces esta renuncia de responsabilidad se extenderá incluso a pérdida o daño sufridos como resultado del sistema o del consejo y ayuda dados. La excepción podría ser si la pérdida o el daño fue directamente causado por el incumplimiento del franquiciador de una disposición expresa del contrato, o por fraude por parte del franquiciador, pero incluso entonces podría haber una limitación en la cantidad de compensación que el contrato admite.

A pesar de estas cláusulas existen legislaciones donde el carácter autónomo e independiente no hace que el franquiciante sea responsable de los actos del

franquiciado, ya que desliga su responsabilidad en cuanto a que únicamente se está otorgando el uso de una marca, licencias de know how, etc. Más no existe una relación directa entre estas partes en el desarrollo de las actividades objeto de la franquicia.

De manera gráfica puede entenderse la responsabilidad del franquiciante y del franquiciado frente al tercero de buena fe de la siguiente manera:



11. Jurisprudencia: responsabilidad del franquiciante ante el franquiciado

A continuación, se expondrán algunos casos dentro del marco del derecho comparado, en cuanto a la forma de poder imputársele responsabilidad

alguna al franquiciante dentro de un contrato de franquicia por los hechos del franquiciado cuando se encuentra una afectación a un tercero.

Argentina: *Sentencia de Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial - Sala C, 10 de Octubre de 2013 (caso Grupo Rox S.A. C/ Día Argentina S.A. S/ Ordinario)*

Tesis: El problema radica en que entre las partes había existido un contrato de franquicia comercial, pero consideró que, dado lo expresamente establecido en las cláusulas –que citó- de ese contrato, los problemas experimentados por la actora con la habilitación del local⁷ no podían ser imputados a la demandada en su calidad de franquiciante, por lo que rechazó la responsabilidad que con tal sustento había sido atribuida a ésta.

Solución del caso: En definitiva el comprador es el único propietario del establecimiento, así como del negocio a desarrollar en el mismo y deberá, a su cargo y bajo su exclusiva responsabilidad, contar con todas cuantas autorizaciones, permisos y demás licencias municipales o de cualquier naturaleza que por así preceptuarlo la legislación aplicable, fueren necesarios para la válida y lícita apertura, funcionamiento y explotación del establecimiento y del negocio en él desarrollado... todo lo vinculado con la habilitación del local quedó a cargo de la actora y que la demandada se liberó de la responsabilidad consecuente.

En el caso, lo vinculado con la habilitación del local no parece inscribirse dentro de la esencia del “know how” que era dable exigir a la demandada. Es verdad que la habilitación de un negocio de estas características es imprescindible, pero no menos lo es que se trata de un elemento no sólo imprescindible en tal caso, sino en la enorme generalidad de los casos en los que existe una explotación dirigida al público.

De esto se deriva que no es un elemento propio ni exclusivo del negocio celebrado, por lo que bien pudo ser –como lo fue- *objeto de una regulación que dejara en claro que la franquiciante no asumía responsabilidad alguna en ese aspecto* (cursivas fuera de texto) .

Decisión: Resuelve confirmar la sentencia apelada.

⁷ Dentro del local comercial dónde iba a funcionar la franquicia se presentaban los siguientes inconvenientes: ya que el poder Judicial de la Nación presentó el croquis correspondiente el cual arrojó que: b) el establecimiento no contaba con las cocheras declaradas en dicho plano para carga y descarga de mercadería; c) se hallaba funcionando normalmente pese a que se encontraba en obra; d) no tenía los sanitarios habilitados; d) no contaba con agua para el lavado de utensilios y verduras (esto se había en el servicio sanitario).

Conclusión: En este caso, frente a la inspección de las autoridades correspondientes en Argentina dónde se encuentra una clara vulneración a todas las normas y requisitos señalados para la apertura de un establecimiento de comercio en el cuál funcionaria la franquicia, se interpone una demanda buscando que el franquiciante sea quien responda por todos los perjuicios que generó el cierre del establecimiento, sin embargo la corte analiza que frente a este impase y dentro de las clausulas presentes en el contrato no asume responsabilidad alguna el franquiciante por si por los organismos competentes estatales, provinciales o municipales, no se concediese al comprador alguna de las licencias, permisos y demás autorizaciones necesarias para la válida y lícita apertura del establecimiento y/o funcionamiento y explotación del negocio a desarrollar en el mismo, o en el supuesto de que, una vez concedidas aquellas, fuesen estas retiradas o denegadas las correspondientes prórrogas. Y tampoco por el impedimento con el usuario o consumidor que estaría inhabilitado para advertir con anticipación los riesgos o la responsabilidad a la que se ven enfrentado.

De tal forma, que el franquiciante no tiene ningún rango de responsabilidad por los hechos generados por el franquiciado, dónde por no cumplir por los requisitos estipulados para el idóneo funcionamiento genera perjuicios en su propio patrimonio y en los usuarios que habían hecho uso de los productos objeto de la franquicia.

Chile : Sentencia O-366-2015 de Juzgado de Letras del Trabajo de Concepción, 15 de Julio de 2015

Tesis: Señala que con fecha 21 de junio del 2012 ingresó a prestar servicios para la empresa Escuela de Idiomas, La que por su cuenta y riesgo, con trabajadores de su dependencia y en virtud de un acuerdo contractual con Tronwell S.A., llevaba adelante la captación de clientes y enseñanza de idiomas extranjeros. Trabajaba en régimen de subcontratación laboral y con fecha 27 de noviembre del 2014 fue despedida, atendido que su empleador fue declarado en quiebra. No obstante Tronwell S.A se encontraba como parte activa dentro de un contrato de franquicia celebrado con Escuela de Idiomas del Sur Ltda. Así que debería responder por los salarios devengados por la demandante.

Argumentos de las partes: La parte demandada señala que el contrato de franquicia en cuestión fue celebrado entre Tronwell Business S.A. y Escuela de Idiomas del Sur Limitada., de forma que la sociedad

Tronwell S.A. nada tiene que ver con la relación contractual que trata el libelo. Además, indica que la demandante no señala fundamento jurídico ni fáctico alguno, según el cual correspondería dirigir esta acción contra Tronwell S.A., deduciendo por su parte *Excepción De Falta De Legitimidad Pasiva*.

Por su lado, en cuánto a la Litis conformada la otra parte demandada expresa que de declararse a Tronwell responsable en virtud del instituto de solidaridad, como lo pretende la demandante, por la naturaleza de éste también se estaría endosando responsabilidad a una parte que no ha sido emplazada. Indica que entre Tronwell y Escuela de Idiomas únicamente existe un contrato de franquicia que no resulta subsumible dentro de la institución de subcontratación. Un contrato de franquicia es aquel en que la franquiciada (en este caso Escuela de Idiomas), es autorizada a usar la marca del franquiciante (en este caso Tronwell) para prestar un servicio determinado, bajo ciertas condiciones, solamente pagando un royalty como contraprestación. Aclara que la Escuela de Idiomas y Tronwell son sociedades totalmente distintas, separadas e independientes entre sí, no existiendo unidad económica o subcontratación alguna.

Consideraciones de la Corte: Se establece, a opción del franquiciante, entre otras, como causa de terminación automática por culpa del franquiciado el incumplimiento por parte de éste de las leyes laborales y previsionales respecto de su personal. Se previene que el contrato no constituye al franquiciado en mandatario, representante legal, empresario asociado, socio, empleado o dependientes del franquiciante y que queda entendido entre las partes que el franquiciado será un contratista independiente, no autorizado a suscribir ningún contrato, acuerdo o documento en representación o en nombre de Tronwell o del franquiciante. La letra C. indica que el personal que el franquiciado destine a la ejecución del contrato no tiene vínculo laboral alguno con el franquiciante, siendo de cargo exclusivo del franquiciado cualquier responsabilidad respecto a su personal.

Decisión: El hecho de haberse liberado de responsabilidad en el contrato de franquicia la demandada Tronwell respecto del personal de La Escuela de Idiomas del Sur Limitada. Ello, si bien obliga a los contratantes, atendida la irrenunciabilidad de los derechos laborales no puede afectar a los trabajadores.

No queda más que, **condenarla a pagar en forma SOLIDARIA** las prestaciones contenidas en el finiquito de trabajo de la actora de fecha 15 de diciembre de 2014, reconocidas como un crédito por obligaciones laborales, incluidas las indemnizaciones legales por el término de la relación laboral.

Conclusiones: Las relaciones laborales que se enmarcan dentro del contrato de franquicia han tomado diferentes posiciones, dentro de las cuales se encuentran: quienes exoneran de responsabilidad al franquiciante es decir no condenan solidariamente por los actos del franquiciador, así como quienes por el contrario, condenan solidariamente al franquiciante por los actos del franquiciador como en el caso presente; ya que lo trascendental es que los derechos laborales de quienes prestan sus servicios para la compañía que es parte del contrato de franquicia, no pueden quedar desprotegidos o abandonados. Así como lo dijo Pisco de Figueredo (2013) al analizar la posición de la Corte de la Nación dónde se condena al franquiciante, expresó “Con relación a la figura contractual de la “franquicia” que con denodado esfuerzo la recurrente “permitiría apartarse del principio general en materia de solidaridad, debo advertir que tal argumento per se no es un eximente de responsabilidad absoluto, dado que debe ser ponderado sobre el análisis de las pruebas y casuística de cada planteo”

Cierto es, que así como en Argentina se manejan esas dos posiciones, en Chile como en el presente caso, la solidaridad como elemento fundamental de la responsabilidad se basa en que al no declararla podría estar generando un fraccionamiento en las obligaciones laborales que puede tener a su cargo el demandado.

España :Sentencia T.S.J. Andalucía 197/2013, de 24 de enero

Hechos relevantes

a). La actora, Dña. Tatiana, ha prestado efectivos servicios laborales indefinidos como jefe de cocina, desde el día 28 de noviembre de 2006, a jornada completa, y en el Restaurante La Tagliatella , **y hasta el día 12 de abril de 2010.**

b). En la noche del 5 de marzo de 2010, al término de la jornada laboral, el Sr. Jesús (a la sazón, representante legal de la mercantil Building Restauración 2006 S.L.) y el Sr. Eliseo, mantuvieron una reunión con los (entonces) trabajadores de la mercantil Building Restauración 2006

S.L., para informarles que dicha empresa cesaba en la explotación del Restaurante La Tagliatella, y que el Sr. Eliseo pasaría a hacerse cargo del negocio.

c). El 20 de abril de 2010, la mercantil Building Restauración 2006 S.L. hizo entrega (sin más) a la actora, de una carta por despido objetivo, datada el 11 de marzo de 2010, y con fecha de efectos 12 de abril de 2010 y sin que se abonase a la actora su indemnización por despido.

d). Días más tarde, en concreto, el 14 de mayo de 2010, tanto Doña. Lorena como el Sr. Eliseo, y en calidad de participantes de la mercantil Márquez y Cantón S.L. (además de administradores solidarios), formalizaron con la también mercantil Pastificio Service S.L. el contrato de franquicia La Tagliatella.

Argumentos de las partes: La parte demandante argumenta que existió una sucesión de empresas entre «Building Restauración 2006 S.L.», D. Eliseo y «Márquez y Cantón S.L.», por dedicarse todas ellas a la explotación del restaurante «La Tagliatella», argumentando que no hay causa de nulidad del despido y que la responsabilidad del despido, que debe calificarse de improcedente, es de todos los codemandados.

Consideraciones de la Sala: La Corte considera que el despido objetivo debe calificarse de nulo por no cumplir el empresario los requisitos de forma para la extinción del contrato por causas económicas previstos en el artículo 53.1 del Estatuto de los Trabajadores.

Por otro lado, al haberse producido una transmisión, como exige el Estatuto de los Trabajadores, que concierne a una entidad económica que mantiene su identidad, entendida ésta como un conjunto de medios organizados para desarrollar una actividad económica, ordena que el nuevo empresario quede subrogado en los derechos y obligaciones laborales y de Seguridad Social del anterior, incluidos los posibles compromisos de pensiones, en los términos previstos en su normativa específica, y, en general, cuantas obligaciones en materia de protección social complementaria hubiere adquirido el cedente pues la subrogación empresarial es una medida de defensa y garantía del empleo, que debe interpretarse de acuerdo con esa finalidad.

La Corte afirma que ha existido un fraude de ley, ya que en la práctica ha resultado burlada la garantía legal de permanencia en el empleo en los casos de sucesión de empresas. Por lo que la demora en el cumplimiento

de los requisitos formales tenía como única finalidad evitar que se produjera una sucesión de empresas, mediante una extinción anticipada de su relación laboral por una empresa que desaparece del tráfico jurídico, derivando sus responsabilidades pecuniarias al Fondo de Garantía Salarial.

Esta situación fraudulenta no se modifica por el hecho de que la relación laboral de la actora con «Building Restauración 2006 S.L.» se haya extinguido previamente al inicio de la explotación, ya que el despido tanto se produce como consecuencia de esta extinción indebida, como por el hecho de que con posterioridad la empresa «Márquez Cantón S.L.» no se subrogó en la relación laboral con la actora.

Conviene recordar, en relación con el elemento objetivo, para determinar que existe sucesión de empresas, que en el caso del contrato de franquicia suscrito con las franquiciadoras lo que deriva precisamente es que se transmitió una entidad económica, es decir, *un conjunto de medios organizados a fin de llevar a cabo la actividad económica de hostelería, y que aunque cedente (franquiciador) y cesionario (franquiciado) son dos personas jurídicas distintas, frente a terceros aparentan ser una única empresa bajo la denominación de «Restaurante La Tagliatella» (cursivas fuera de texto original).*

Vale decir, que el franquiciador y el franquiciado son empresarios jurídicamente independientes, independencia se manifiesta en el ámbito interno, en el que el franquiciado gestiona, sin injerencia del franquiciador y salvo pacto en contrario su propia empresa, asumiendo en solitario las responsabilidades y consecuencias de su misma gestión, siendo la principal finalidad del contrato de franquicia la completa identificación exterior de la franquiciada con la imagen empresarial de la franquicia para lo que es imprescindible el uso de patentes, marcas, nombre comercial y rótulo, cuyo uso constituye no sólo un derecho, sino también una obligación de la empresa franquiciada.

Además, según el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, garantizar, en la medida de lo posible, el mantenimiento de los derechos de los trabajadores en caso de cambio de empresario permitiéndoles seguir al servicio del nuevo empresario en las mismas condiciones que las pactadas con el cedente.

Agrega que, es algo incuestionable en esta franquicia que la entidad económica mantiene la identidad por cuanto se transmitió no solo parte de los trabajadores sino también la unidad de negocio de restauración que conforme a una serie

de criterios, frente a terceros aparenta ser una sola empresa bajo una misma dirección tanto como que la denominación comercial se mantiene idéntica y la apariencia externa también, (Subrayado fuera de texto) por lo que resulta que concurren cuantos requisitos se precisan para la existencia del supuesto de sucesión empresarial, dado que: 1) la actividad desarrollada por Márquez y Cantón S.L. es la misma que la que realizaba Building restauracion 2006 S.L. y en el mismo local comercial; 2) actividad desarrollada por ambas en virtud del referido contrato de franquicia.

Decisión: La Corte estimo parcialmente el recurso de la parte demandante, declarando la nulidad del despido injustificado, condenando además a la empresa “Márquez y Cantón S.L.» a reintegrar a la demandante en las mismas condiciones que se encontraba antes de producirse el despido, y al abono de los salarios desde el momento del despido hasta el efectivo reintegro, siendo responsable solidario del pago la empresa «Building restauración 2006 S.L. »

En conclusión, es claro que en España el papel del trabajador es vital en cuanto a su protección frente a las empresas, dado el caso que se encuentre una sucesión de empresas, debe existir la permanencia de los empleados en la nueva constitución de la nueva empresa, no obstante en el presente caso es claro cómo se desprotegeron los derechos de la demandante y como resultado se obtuvo que el Tribunal revocará la sentencia de primera instancia condenando así a las empresas que estaban vinculadas bajo un contrato de franquicia, allí tanto el franquiciante como el franquiciador fueron responsables de los daños y perjuicios causados a la parte actora, al omitir ciertos requisitos que la legislación española exige por lo que solidariamente tienen que responder. A pesar del examen que se hizo en cuanto a la independencia del franquiciador y del franquiciante, frente a la sociedad actuaban como una sola persona jurídica al mantener la misma identidad jurídica, por tal razón el sentido del fallo expedido por el Tribunal de Andalucía se enfocó en la responsabilidad solidaria de los demandados.

Colombia

En el caso colombiano en comparación con los países analizados anteriormente se presenta un fenómeno que es importante mencionar grosso modo, ya que se encuentran falencias en cuanto a la técnica legislativa, como la falta de reglamentación en figuras como la franquicia, entre otras. En Colombia, su estudio se ha desarrollado a un ritmo lento y pausado, sobre todo en el tema de la responsabilidad en la franquicia; no obstante, la única luz que ofrece el

ordenamiento jurídico está en manos del Estatuto del Consumidor y a la vez de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) consolidados como la única protección que se brinda al consumidor frente a los posibles riesgos que pueda estar sufriendo. Argumento compartido por (Lacomte y Visbal, 2013) quienes expresan lo siguiente:

El Estatuto del Consumidor propende por la protección de los derechos de los consumidores, buscando evitar que los derechos e intereses de estos se puedan verse vulnerados, al igual que responsabilizar a los autores por sus acciones dañinas. Esto se puede ver tanto en el artículo quinto, pues se adopta un criterio amplio incluyendo dentro de esta condición de consumidor a un gran número de sujetos y no solo aquel que directamente compra el bien o servicio, sino que cualquiera que se pueda ver afectado por este, como en el artículo sexto, donde se hace alusión expresa a la calidad, idoneidad y seguridad de los productos que se ofrecen.⁸

A pesar de que en la Ley 1480 de 2011 no hay una estipulación expresa en cuanto a las franquicias, sí se llegará a determinar algún grado de responsabilidad dónde existan perjuicios al consumidor los cuales no hayan sido reparados o resarcidos, estaríamos frente a una responsabilidad contractual la cual la parte afectada, es decir el consumidor debería ir a reclamar en contra del franquiciado, puesto que antes de generarse el daño fue con éste con quien celebró el contrato. Sin embargo en el artículo 20 de la misma ley mencionada existe una interpretación que podría ser analógicamente compatible con la responsabilidad del franquiciante por los actos del franquiciado al afectar al consumidor o tercero, esto se ve de la siguiente forma:

El productor y el expendedor⁹ serán solidariamente responsables de los dos por los defectos de sus productos, sin perjuicio de las acciones de repetición a que haya lugar (...) cuando no se indique expresamente quién es el productor, se presumirá como tal quien coloque su nombre,

8 Lecomte Vergara Isabella, Visbal Otero Michelle (2013) La Responsabilidad Del Franquiciante Y Franquiciado Frente Al Consumidor. Revista Universitas N° 10. 243 (250). Pp. 227-250 Extraído el 23 de septiembre de 2015 desde:<http://cienciasjuridicas.javeriana.edu.co/documents/3722972/4350738/11+la+responsabilidad+del+franquiciante+227-250.pdf/91c3f9f5-5095-4065-9c84-1d0636c81e5f>

9 El artículo 5 de la Ley 1480 de 2011 establece la definición de algunos términos esenciales para la aplicación de dicha norma, dentro de los cuales se encuentran los conceptos de Productor y Proveedor o expendedor: «9. Productor: Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria. (...) 11. Proveedor o expendedor: Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.

marca o cualquier otro signo o distintivo en el producto. Como daño, se entienden los siguientes: 1. Muerte o lesiones corporales, causadas por el producto defectuoso; 2. Los producidos a una cosa diferente al producto defectuoso, causados por el producto defectuoso. *Lo anterior, sin perjuicio de que el perjudicado pueda reclamar otro tipo de indemnizaciones de acuerdo con la ley* (cursivas fuera de texto).

Argumento reiterado en el concepto emitido por la Superintendencia de Industria y Comercio, 12-120794-00002-0000, dónde sintetiza: “La responsabilidad ante los consumidores se rige por el régimen de protección al consumidor, compuesto principalmente por la Ley 1480 de 2011. En relación con los consumidores, usualmente el productor y el proveedor o expendedor responden de manera solidaria”. No obstante, es preciso enfatizar que dentro de la teoría, el franquiciante responde por el hecho propio, ya que su responsabilidad se desprende por haber omitido o incumplido una obligación suya o propia, que como consecuencia directa tendrá el daño o perjuicio indemnizable en favor del franquiciado.

Con base en lo anterior, en el caso en que se presentará un eventual conflicto dónde el tercero cliente y/o consumidor reclamara la responsabilidad por parte del franquiciante o del franquiciador por daños o perjuicios en Colombia tendría que ir ante la SIC e interponer una reclamación directa o queja por la actuación que generó el detrimento en su patrimonio directamente al franquiciado, ya que de una u otra forma el consumidor deposita su confianza en el negocio que desarrolla la empresa por aquello del prestigio o *good will*¹⁰ junto al know how, es decir el consumidor confía en la calidad de lo que compra o consume, pues sus expectativas son altas.

Es decir, antes de presentar la demanda, deberán realizar un Reclamo Directo ante el proveedor o productor. Si, durante el término de 15 días, éste guarda silencio, si la respuesta es negativa o parcialmente satisfactoria, el consumidor deberá formular su demanda con la totalidad de exigencias del Código de Procedimiento Civil y el artículo 58 de la Ley 1480 de 2011, la cual se tramitará por el proceso verbal sumario.

Finalmente, en cuanto a la responsabilidad del franquiciante por los actos del franquiciado frente a terceros que para el caso colombiano van a ser los clientes o consumidores, se observó que la competencia para resolver los conflictos que susciten entre estos está en cabeza de la SIC y que el demandante estaría en la calidad de consumidor, diferente en los casos anteriores dónde siendo

10 ‘Good Will’: Es el buen nombre o prestigio que tiene una empresa o establecimiento frente a terceros, es un activo de gran valor, puesto que ese buen nombre le permite obtener clientes, proveedores, créditos, etc.

empleados demandaban a la franquicia para poder resarcir los daños causados por los franquiciados dónde el franquiciante también entraba a responder en la condición de solidaridad.

Conclusiones

Condensando los puntos expuestos anteriormente, resulta indiscutible lo recóndito y complejo del tema de la responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado cuando afecta a los terceros o consumidores respectivamente, ya que en Colombia el tema ha sido novedoso teniendo en cuenta que el contrato de franquicia en sí mismo es atípico, razón por la cual se omiten consideraciones en la literatura del tema. Sin embargo el ordenamiento jurídico colombiano tiene un régimen de responsabilidad desarrollado, el cual es aplicable (por el hecho ajeno) que notoriamente se ve en lo que tiene que ver el franquiciante y el franquiciado.

Se analizaron los componentes y cada uno de los elementos del contrato de franquicia que sirvió para que el lector entendiera con más claridad este tipo de contrato que es común en la práctica jurídica moderna.

Posteriormente, se analizó el tipo de responsabilidad que se puede presentar en un conflicto, dónde está evidenciado que no es más que una responsabilidad subjetiva al omitir la vigilancia y control del franquiciante al franquiciado, razón por la cual en la jurisprudencia señalada condenan solidariamente a las partes del contrato de franquicia.

Además, de lo anterior junto a la recopilación y evaluación de normas y doctrina existente del tema, haciendo la salvedad de los pocos avances jurisprudenciales del tema, concretamente en Colombia, llevó a esclarecer algunos puntos importantes en torno a la temática mencionada.

En primer lugar, se pudo demostrar que realmente si puede existir una responsabilidad por parte del franquiciante por los hechos del franquiciado cuando afecta a terceros. Utilizando sentencias del derecho comparado de países como Argentina, España y Chile.

Se analizó en Colombia el caso de presentarse un eventual conflicto dónde se pretendiera declarar la responsabilidad del franquiciante por actos del franquiciado cuando afectara un consumidor, mostrando así que es la Superintendencia de Industria y Comercio la encargada en un primer momento de dirimir tal conflicto (exceptuando claramente los conflictos que se

presenten directamente entre las partes ya que estas estarían directamente bajo la jurisdicción de los tribunales de arbitramento de las Cámaras de Comercio)

Finalmente, el tema objeto de estudio es moderno, haciendo más llamativa la atención al investigar. Ya que las franquicias se manejan a nivel universal, además el escrito cumplió con el propósito de caracterizar apropiadamente los rasgos particulares del *franchising* nacional e internacional, teniendo en cuenta que existe una discusión amplia en el tema especialmente en los jueces al momento de fallar ya que el debate continúa.

Referencias

- Alfaro, M. (2013). El Know How y su Aplicación Práctica en el Contrato de Franquicia. Revista Judicial, Costa Rica, N° 109, pp. 237-239. Recuperado de <http://www.corteidh.or.cr/tablas/r31084.pdf>
- Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial (10 de octubre de 2013).

Julia Villanueva y otro. Argentina.

Castro, E y otros. (2005). Antecedentes de la franquicia en El sistema de Franquicia. Fundamentos Teóricos y Prácticos, pp. 24 -25. España. Editorial Pirámides

Código Deontológico Europeo de la Franquicia, (2015). P. 2 (9), pp. 1-9. Recuperado de http://www.guia.ceei.es/archivos/Documento/Codigo_Deontologico_Europeo_franquicia.pdf

Corte Constitucional, (29 de noviembre de 2005). Sentencia C-1235. Rodrigo Escobar Gil. Colombia.

Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil y Familia (10 de octubre de 1978). Alberto Ospina Botero. Colombia

Corte Suprema de Justicia (19 de febrero de 1999). Carlos Esteban Jaramillo

Schloss. Colombia

Clases de Franquicias (n. d.) Extraído el 23 de octubre de 2015. Recuperado de

<http://www.francorp.com.ar/detalle.php?a=clases-de-franquicias&t=22&d=53>

Chacón, C. Durán, D., y otros. (2012). Contrato de Franquicia Internacional.

Recuperado de <http://juanpablomarinecheverry.blogspot.com.co/2012/06/contrato-de-franquicia-internacional.html>

Código de Comercio. Decreto 410 De 1971. Art. 930. Marzo 27 de 1971.

González, R. (2010). Análisis sobre la necesidad de Adoptar una Regulación

Específica para la franquicia comercial en Colombia. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere10/tesis41>

González, R. (2013). Responsabilidad extracontractual y contractual: barrera entre

ambas. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, 206 (214), p.p. 203-214. Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RwUOTgMpQlsJ:dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4182108.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co>

Hazoury, L. Feliz, R. Núñez, M. Rood, K., y Agramonte, C (2009). Las franquicias.

Argentina: El Cid Editor | apuntes. Recuperado de <http://www.ebrary.com>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Norma Técnica 5813.

Recuperado de <http://tienda.icontec.org/brief/NTC5813.pdf>

Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT, 2005).

Afirma que otras cláusulas generalmente son usadas. Guía para los acuerdos de franquicia principal internacional, 212(301), pp. 1- 301.

Recuperado de <http://www.unidroit.org/spanish/guides/1998franchising/franchising-guide-s.pdf>

International Franchise Association [versión electrónica]. (2015). Recuperado de <http://www.franchise.org/>

Juzgado de letras del trabajo de concepción (15 de julio de 2015). Valeria Cecilia

Zúñiga Aravena. Chile

Lecomte, I., y Visbal M. (2013). La Responsabilidad del Franquiciante y Franquiciado Frente al Consumidor. Revista *Universitas* N° 10. 231 (250), pp. 227-250. Recuperado de <http://cienciasjuridicas.javeriana.edu.co/documents/3722972/4350738/11+la+responsabilidad+del+franquiciante+227-250.pdf/91c3f9f5-5095-4065-9c84-1d0636c81e5f>

Código Civil. Ley 57 de 1887. Art. 1607, 1731, 1732, 1733. Agosto 15 de 1887.

Ley 1480 de 2011, por medio del cual se expide el Estatuto del Consumidor. Octubre 12 de 2011. Diario Oficial No. 48.220.

Ley de Fomento a la Propiedad Industrial de México, (2012). Recuperado de http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Mexico/lipmexsf.asp

Muñoz, F. (2010). La Franquicia una Estrategia de Crecimiento Empresarial. Revista MBA EAFIT, pp. 70 – 85. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/137425749/Franquicia-Estrategia-de-Crecimiento-Empresarial#scribd>

Navas, M., y Mosquera, A. (2009). El Contrato de Franquicia: Aportes y Tendencias en el Derecho Comparado sobre la Responsabilidad del Franquiciador. Revista *Universitas* 282 (304), pp. 279 -30

Ortega, A. (2009). El contrato de franquicia internacional. Obtenido el 4 de septiembre de la base de datos Vlex Global.

Orrego Acuña Juan Andrés (2014). La Responsabilidad Extracontractual, Delitos y

Cuasi Delitos Civiles. *15(54)*, pp. 1- 54. Recuperado de https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&cad=rja&uact=8&ved=0CDUQFjAFOApqFQoTCLKuwaTS9cgCFQT-ZJgodWS8FEA&url=http%3A%2F%2Fwww.econ.uba.ar%2Fwww%2Fseminario%2Fg189%2FSem%2520de%2520Int%2520y%2520Apl.doc&usg=AFQjCNGOH8mRNoSi9A8yhGrhh4IA28_1_Q&sig2=aDxGd-wRCJV9pMMi8xA5g&bvm=bv.106379543.d.eWE

Payan, C. (2011). Secreto Empresarial, Vigencia como Mecanismo de Protección en la Propiedad Intelectual. Revista del Departamento de Propiedad Intelectual. Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/pro-pin/article/view/3006/3656>

Plazas, R. (2010). El contrato de franquicia, su evolución y su injerencia en el

desarrollo económico colombiano, Revista Republicana. 8 (92), pp. 81-92. Recuperado de <http://revista.urepublicana.edu.co/wpcontent/uploads/2012/07/El-contrato-de-Franquicia.pdf>

Rojas, S. (2010). La Responsabilidad del Franquiciador ante Terceros Clientes del Franquiciado: Un Asunto frente al cual el Derecho Comercial está en Mora. Revista Opinión Jurídica. Recuperado de

http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S169225302010000100008&lng=es&nrm=

Salvador, M. (2008). El Contrato de Franquicia, Cómo negociar los Contratos de

Franquicia. V Jornadas de distribución comercial y comercio interior. La mancha, Universidad de la Castilla, España. Recuperado de <http://www.mmlegal.es/pdf-franquicias/contrato.pdf>

Segura, R. (2015). El contrato de *know how* y licencia del *know how*. Revista el Foro, Colegio de Abogados, N° 12. 47 (58), pp. 46- 58. Recuperado de <file:///C:/Users/Lala/Downloads/Dialnet-ElContratoDeKnowHowYLicencia-DelKnowHow-4157318.pdf>

Segura, T., y Canal, M. (2012). Aspectos a tener en cuenta al momento de adquirir

una franquicia. Cámara de Comercio de Bogotá 6(19), pp. 1-19. Recuperado de http://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2013/franquicias_cci/files/assets/downloads/publication.pdf

Superintendencia de Industria y Comercio, (SIC, 2012). Concepto No. 12-120794-00002-0000. Bogotá D.C. Recuperado de <http://bodegasic.sic.gov.co/j/docsRad100/12/12120794/12120794-0000200001.pdf>

Superintendencia de Industria y Comercio, (SIC, 2016). Grupo de Defensa del Consumidor. Recuperado de <http://www.sic.gov.co/drupal/grupo-de-defensa-del-consumidor>

Tribunal de Economía Europea, (17 de diciembre de 1986). M. P: Peter Sutherland.

Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal content/ES/TXT/?uri=CELEX:31987D0017>

Tribunal Superior de Justicia de Andalucía, (24 de enero de 2013). María Elena Díaz

Alonso. María Gracia Martínez Camarasa, José Joaquín Pérez Beneyto Abad.
España.

Velázquez, C. (2007). Aspectos Jurídicos del Modelo Empresarial de Franquicia.
Velázquez Restrepo Abogados Derecho Económico, pp. 2 – 26. Recuperado de
<http://carlosvelasquezasociados.com/?reqp=1&reqr=nzcdYz92LKDhpTW6>.